



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

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

TEMA:

DIFUSIÓN CULTURAL EN MEDIOS DIGITALES
EN ÉPOCA DE PANDEMIA

AUTOR:

KERLY MARIA PACHECO ONOFRE

TUTOR:

FRANKLIN RODRIGUEZ PONCE, MSc.

BABAHOYO - ECUADOR

2020



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



DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, quien me dio sabiduría e inteligencia para cumplir con mi meta, también se lo dedico a mis padres quienes me brindaron todo su apoyo incondicional, brindándome la mejor educación, y sobre todo sus consejos y su apoyo. A mis amigas y compañeros que compartieron conmigo cada experiencia, anécdota, y momento vivido día a día en el aula de clase.



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



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas necesarias y me permitió culminar esta etapa muy importante para mí. A mis docentes quienes confiaron en mí, y me impartieron cada uno de sus conocimientos y me guiaron a conseguir esto que lo veía imposible. Gracias infinitas a la UTB quien me dio la oportunidad de formar parte de sus aulas, momentos y emociones vividas en cada rincón de esta institución.

RESUMEN

El presente estudio de caso cuya modalidad escogida para su desarrollo, fue la de examen complejo se focaliza en la difusión de contenido cultural en medios digitales durante esta pandemia; emergencia que ha conmocionado a nivel mundial en especial por la información, las noticias vertidas en los distintos medios de comunicación, que en varios de los casos han ocasionado más desconcierto a la ciudadanía.

Dentro del planteamiento principal se enfoca a fortalecer el segmento de la interculturalidad de los medios digitales, para captar la atención del conglomerado social en las actividades culturales que se han aplazado, o cómo se irán desarrollando con la poca normalización de eventos e incluso los aquellos transmitidos por vía digital, donde se han explotado la mayor cantidad de medios tecnológicos disponibles para tales fines.

Se empleara el tipo de investigación-acción, por cuanto el proceso de desarrollo de la misma parte desde la opinión pública, de las autoridades, es decir de la sociedad en general; dentro de los métodos aplicados tenemos: el histórico-lógico, el narrativo, el descriptivo, el análisis-sintético y el descriptivo; las técnicas para la recopilación de información y datos son las encuestas y entrevistas, con cuestionarios previamente analizados, dirigidos con el enfoque de relacionar las respuestas con el objeto principal de estudio.

Hay que aprovechar de la emergencia sanitaria generadora de un caos a nivel mundial, lo más positivo que se pueda, y el obtener la atención en los medios con contenidos culturales es una fuente de conocimiento para todos dentro de los hogares, apartarse de las noticias que alteren el sistema psicoemocional y aprovechar el tiempo libre o adecuar un tiempo en familia para informarse de aspectos importantes que aporten al coeficiente intelectual.

Palabras clave: conocimiento, cultura, difusión, medios, contenidos, tecnológicos, digital.

ABSTRACT

The present case study, whose modality chosen for its development, was a complex examination, focuses on the dissemination of cultural content in digital media during this pandemic; An emergency that has shocked the world, especially because of the information, the news spilled in the different media, which in several cases have caused more confusion to the public.

Within the main approach, it focuses on strengthening the segment of the interculturality of digital media, to capture the attention of the social conglomerate in the cultural activities that have been postponed, or how they will develop with the little normalization of events and even those transmitted digitally, where the greatest amount of technological means available for such purposes have been exploited.

The type of action research will be used, as the process of development of the same part from the public opinion, from the authorities, that is to say from society in general; Within the applied methods we have: the historical-logical, the narrative, the descriptive, the synthetic-analysis and the descriptive; The techniques for collecting information and data are surveys and interviews, with previously analyzed questionnaires, directed with the focus of relating the responses to the main object of study.

We must take advantage of the health emergency that generates chaos worldwide, as positively as possible, and obtaining attention in the media with cultural content is a source of knowledge for everyone within the home, to stay away from the news that alter the psycho-emotional system and take advantage of free time or adequate family time to find out about important aspects that contribute to the IQ.

Keywords: knowledge, culture, diffusion, media, content, technology, digital.

ÍNDICE GENERAL

1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	DESARROLLO.....	2
2.1	JUSTIFICACIÓN.....	2
2.2	OBJETIVO.....	3
2.3	SUSTENTOS TEORICOS.....	3
2.3.1	DIFUSIÓN:.....	3
2.3.2	CONTENIDO CULTURAL:.....	4
2.3.3	INDUSTRIA CULTURAL:.....	4
2.3.4	MEDIOS DIGITALES.....	5
2.3.5	DIGITALIZACIÓN.....	5
2.4	TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS.....	6
2.4.1	Métodos a utilizar.....	6
2.4.2	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	7
2.5	RESULTADOS OBTENIDOS.....	7
2.5.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS – ENCUESTA.....	7
2.5.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS - ENTREVISTA.....	7
3	CONCLUSIONES.....	9
3.1	RECOMENDACIONES.....	9
4	BIBLIOGRAFÍA.....	10
5	ANEXOS.....	11

1 INTRODUCCIÓN

La ebullición cultural en época de escasez produce una serie de preguntas, conectadas con el futuro en el tema de la imaginación, de la creatividad y las artes y su impacto en la vida de la humanidad: su estadía o su modo efímero y provisional, los recientes caminos de la cultura presencial y sus nexos cada día con el nuevo ambiente tecnológico, la mezcla creadora entre lo público y lo privado o los encuentros y desencuentros en el entretenimiento.

Han surgido emisiones y programaciones independientes, creatividad de fotos tomadas con celular desde los hogares, plataformas digitales, exposiciones musicales y virtuales en redes sociales. Además, han creado seminarios web, bibliotecas digitales, pequeñas obras de teatro para audiencias de redes sociales, en fin, una serie de muestras de arte con creatividad aumentada. El presente estudio de caso pretende mostrar las grandes repercusiones sociales y culturales que ha ocasionado la pandemia, y como se ha logrado sobrellevar esta situación, los métodos y formas para no dejar de lado los eventos y actividades culturales y así seguir entreteniendo y mostrándolas al público y a la sociedad en general.

La pretensión es adecuar las técnicas y herramientas necesarias para poder llegar a obtener la captación del medio social dentro de la situación actual que se está viviendo, la didáctica a emplearse para llegar a obtener el fin deseado, se tiene a favor el auge tecnológico y su uso desmedido en la actualidad ya que es una de las formas de comunicación más eficaces los medios digitales con acceso a internet e inclusive obteniendo información más veraz que la emitida por la TV, radio o prensa escrita.

Dentro de los tipos de investigación y modalidad escogida se utilizará el método de investigación acción, en referencia al campo a desarrollarse la temática planteada; los métodos escogidos para el desarrollo de la temática planteada son el histórico- lógico, el análisis-sintético, el narrativo, el descriptivo, y el explicativo, que se fundamentaran en el título correspondiente a la estructura metodológica de la investigación. La investigación se centra en la capital fluminense y el impacto del auge cultural y la difusión de este por medios tecnológicos que son la prioridad en lo cotidiano, llegando a considerarse hasta indispensables en la vida de cada persona, en todo ámbito

público y privado sea este laboral, social y estudiantil con mayor énfasis hoy por hoy del año 2020.

2 DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

La necesidad de la temática planteada va direccionada a aprovechar la atención en los medios de comunicación digitales para difundir información beneficiosa para todos como es lo cultural, alejándose así del contexto social caótico a nivel de salud y económico que está en un proceso delicado de manejar, poniendo a aquello en manos de las autoridades, aprovechar al máximo el tiempo que pre dispone cada persona y la cual lo ha destinado a revisar información y noticias a través de sus dispositivos móviles para mayor comunicación.

Como finalidad del objeto de estudio se infiere en explotar lo cultural aportando conocimientos a la comunidad en general, a través del uso de internet aumentado incalculablemente en todas las edades, aprovechando tal situación en fomentar la adquisición de conocimientos de datos culturales generalizados, tanto locales, provinciales, a nivel regional, del país, el cómo las culturas vecinas a nivel internacional se están desarrollando y otras como se mantienen en medio de la afectación psicoemocional a la sociedad en general por la grave pandemia suscitada.

Se evidencia que, durante el desarrollo de la investigación en la actualidad, como se están fomentando los conciertos online, las clases, las obras de teatro y el trabajo de los comediantes que es el más viralizado en las distintas redes sociales, con millones de visitas tanto nacionales como internacionales; apoyarnos en aquello para sustentar nuestro objetivo a plasmar en el presente planteamiento.

Los medios de comunicación nacionales de radio y Televisión, en sus distintos espacios y programas, se ha otorgado el espacio para la fomentación de la música con la difusión de esta con artistas invitados, el arte plasmado incluso en vivo, poniendo de ejemplo la creación de mano de obra ecuatoriana, y un sinnúmero de actividades, para lograr alejarse del pensamiento autocrítico frente a la afectación de salud y económica que afecta aqueja al país y a cada uno de los hogares.

Las exigencias enfatizan la didáctica a implantarse tomando como ejemplo espacios televisivos y de radio como En contacto perteneciente a Ecuavisa un espacio matutino destinado a todos los miembros del hogar desde los más pequeños hasta los adultos mayores, fomentando el arte culinario, la música y el talento nacional, la mano de obra artesana y demás.

En la ciudad de Babahoyo contamos con medios digitales como Click, el Detective, diario el Río que es un periodo Local- provincial, además de otros que ofrecen la difusión de todo tipo de contenido a más de social comercial, como Mi Babahoyo Digital; cabe mencionar el trabajo por parte de los entes estatales tales como las municipalidades en la fomentación de la culturalización, los distintos espacios por plataformas como ZOOM, destacando el trabajo realizado por la Policía Nacional en cursos de pintura , teatro, danza clásica y moderna ofrecidos a los niños y niñas a nivel provincial totalmente gratuitos con materiales para las clases , pero ahora se continuo desde sus hogares.

En forma general la cultura debe ser manejada con gran interés para generar el impacto deseado en el conglomerado social, no repetitivo porque si no se aburren, no tan largo, ni tan formal, debe estudiarse el ambiente la situación de los hogares, las prioridades actuales y tomar aquello como una oportunidad para llegar con la difusión cultural.

2.2 OBJETIVO

- Analizar la difusión de contenido cultural en la época actual de la pandemia por el COVID-19.

2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS

2.3.1 DIFUSIÓN:

Se la define como la propagación de moléculas, noticias, informaciones, pensamientos, tendencias o culturas de un medio a otro; esta palabra indica la acción de difundir, deriva del latín diffusio, compuesto por el prefijo dis -, que significa separación y fundere que significaba “derramar o fundir”. (Fuentes, 2018)

La difusión también indica la divulgación de ideas, conocimientos, cultura o noticias, en tal sentido la difusión de los elementos mencionados suele usar los medios de comunicación como la prensa y televisiva, la radio y el gran impacto en la sociedad actual, las redes sociales para propagarlos hacia un público más amplio.

2.3.2 CONTENIDO CULTURAL:

Según (Hunt, 1996) manifiesta que “La cultura es una técnica de conductas por parte de los miembros de una sociedad. Es decir, una sociedad es un grupo de individuos o personas que forman parte de una cultura común”.

Han surgido cambios considerables con respecto al internet y a las nuevas tecnologías y digitalización, estas traen consigo nuevas adaptaciones culturales. Esto viene de la mano del internet, donde se albergan la mayor parte de contenidos.

2.3.3 INDUSTRIA CULTURAL:

La industria cultural ha cambiado mucho en los últimos tiempos, en muchos aspectos donde intervienen las costumbres y lo tradicional, además los gustos y prácticas culturales. Han variado los contenidos culturales de los cuales reconocían las preferencias culturales. En la actualidad en una era ya digitalizado los hábitos y gustos han cambiado, existen variedades en los repertorios de prácticas culturales, disposición en las preferencias, la industria cultural. (Peterson & Ken, 1996)

Se podría definir a la industria cultural como organizaciones para la realización y producción, la cual puede tener la finalidad lucrativa. Entre estas producciones están considerados los medios tradicionales como son la televisión, periódicos, revistas, empresas cinematográficas, teatros, etc. Dentro de estos instrumentos se busca conseguir cambiar las costumbres y transformar los contenidos, aportando a la sociedad, en la educación y formación, abarcando en todos los hábitos sin excepciones. (Lopez, 2019)

La diversidad de segmentos y producciones son parte de las actividades que cumple la industria cultural, además de las distribuidoras de materiales y contenidos,

realizar trabajos creativos como parte de las acciones destinadas al mercado y plataformas digitales y medios de consumo con una producción ideológica y social.

2.3.4 MEDIOS DIGITALES

Según (Pérez, 2019) manifiesta que “Los medios digitales son aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y conservar la información en una gran variedad de dispositivos electrónicos digitales”. Entre estos medios están; proyecciones audiovisuales, videojuegos, sitios web, los medios de comunicación social, libros y bibliotecas electrónicas que ahora son medios digitales.

Frente a una emergencia sanitaria la industria cultural y los aspectos que esta le rodean se la mantiene en segundo plano, las productoras y artistas han lanzado videos musicales el mismo que han sido grabados en sus teléfonos celulares u otros con los protocolos de bioseguridad, pero usando un sinnúmero de aplicaciones evitando las grabaciones y producciones al aire libre.

2.3.5 DIGITALIZACIÓN

La aniquilación de la cultura y la digitalización de sus contenidos están creando los mismos efectos que la pandemia, esto limita a las plataformas digitales. Se ha hablado mucho de la multi pantalla como la figura que mejor describe la situación actual; revela que en la actualidad existe una agrupación con gran parte de sus sociedades sociales arruinadas. Sin embargo, esta es la resolución más valiosa, el aislamiento ha logrado que la humanidad avance décadas en el tipo de consumo cultura. Pero este tema se basa en los nexos sociales que se desarrollan por medio de las distintas áreas y círculos, dentro de museos, galerías de artes, teatros, en si la cultura es parte de compartir y desplegar ideas en colectividad. (Guirao, 2020)

Dado que la economía tanto de los artistas, los administradores y una gran parte de profesionales de la cultura depende de la ejecución de actividades, planes, y programas específicos, el bloqueo de eventos culturales y la interrupción de sus presentaciones repercuten directamente en su facultad y capacidad para producir recursos, motivo por el cual son uno de los más afectados por la pandemia.

Ahora, una de las importantes respuestas por parte de los organismos culturales ha sido el inicio de plataformas y repositorios de audio y videos, lecturas digitales, recorridos virtuales, aplicaciones digitales e inclusive conciertos online.

2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

2.4.1 MÉTODOS A UTILIZAR

- **Deductivo - Inductivo:** Permitirá partir de lo general a lo particular en torno a cómo influye la difusión de información y contenido cultural a través de los medios digitales en esta era tecnológica explotada en época de la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia del Covid-19.
- **Analítico – Sintético:** Servirá para analizar las premisas en torno a la didáctica a emplearse para la difusión del contenido audiovisual en los medios digitales de comunicación en la ciudad de Babahoyo.
- **Historio – Lógico:** Permitirá definir la evolución del interés y atención al entorno cultural por parte del conglomerado social y aun en medio de situaciones fortuitas como la vivida por el mundo en este año 2020.
- **Encuestas.** - Se aplicará a personas consumidoras de los contenidos culturales colgados en los medios digitales, por medio de un cuestionario establecido de forma digital, compartido en los distintos sitios web y difundidos en las redes sociales, estos a su vez difundirán a la ciudadanía Babahoyense para sumar información veraz y real.
- **Entrevista:** A un miembro de la casa de la cultura los cuales están interesados en la fomentación de la culturalización, siendo esta una herramienta más directa para la obtención de datos e información

Se diseñarán y establecerán las preguntas necesarias para obtener información que ayude en la investigación.

2.4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estudiada fue a personas que consumen noticias e información teniendo como fuente el internet exactamente los medios digitales.

La muestra se establece a partir del método aleatorio simple, así de esta forma cualquier persona se podrá tomar en consideración. Es decir, la población total es de 46 personas, de los cuales los resultados serán lo más exacto posible, la muestra final cuenta con un total de 46 personas.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

2.5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS – ENCUESTA

Los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a 46 personas consumidoras de contenidos digitales, se logró comprobar el gran alcance e influencia que han tenido los medios digitales durante la pandemia.

Los encuestados manifestaron que a lo largo del aislamiento su única fuente de entretenimiento y distracción han sido los medios digitales, por lo que de alguna forma estos contenidos han sido consumidos y aceptados por el público. Además, se comprobó que varios de los usuarios de estos medios acceden por la inmediatez de información que se encuentra al alcance de cualquier persona.

Asimismo, las repercusiones que pueden traer consigo al no realizarse los eventos culturales y tradicionales midiendo las desventajas que pueden causar la falta de presentaciones y públicas en el ámbito económico para la ciudad.

2.5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS - ENTREVISTA

Acorde a la entrevista realizada a Daniel Figueroa, miembro de la Casa de la Cultura, se comprobó que, durante la pandemia, se han suspendidos muchos eventos públicos y privados, pero esto no fue impedimento para detener y paralizar las exposiciones de arte y cultura mediante las distintas plataformas digitales, invitando a la ciudadanía a unirse y formar parte de las transmisiones en vivo realizadas a través de la página oficial.

Además, se pudo verificar que los medios digitales de alguna u otra manera han influido y han sido de mucha importancia para todos durante el aislamiento por el COVID 19, y todos los contenidos culturales, artísticos y audiovisuales que se han presentado.

Se pudo corroborar que la casa de la cultura de Los Ríos estuvo tratando de mostrar al público obras artísticas, donde se creó una campaña junto con la biblioteca virtual #entretenimientoencasa donde también presentaron lecturas digitales, prestaciones de libros y muchas opciones más.

Por otro lado, se obtuvieron datos importantes de autores fidedignos y expertos en temas de cultura y medios digitales, además fuentes bibliográficas confiables.

3 CONCLUSIONES

Es importante tomar provecho de una u otra forma de toda situación negativa generada por la pandemia a consecuencia del COVID-19, lo positivo y el adquirir conocimiento cultural sería uno de ellos, el uso desmedido que se ha incrementado de los medios tecnológicos, digitales y redes sociales, es una gran opción.

Lograr captar la atención social desde lo más pequeños, ya que toda la familia está involucrada frente a la ausencia de aquellos eventos culturales programados cotidianamente para cada festividad, el auge comercial, de diversión y celebración, las cuales se involucraban las autoridades con el fomento y auspicio de estas.

El uso constante de medios digitales para mayor comunicación y la ciudadanía al sentir la información más veraz que aquella televisada, por radio o prensa; es un gran avance para los comunicadores al emplear herramientas al alcance de todos actualmente como lo es el internet desde dispositivos móviles.

3.1 RECOMENDACIONES

- A las autoridades que fomenten dentro de sus ruedas de prensa el ámbito cultural y el uso de los medios digitales dentro de la emergencia sanitaria, los conflictos políticos que facetan al país en la actualidad; temas de interés beneficioso para la sociedad.
- Comunicar los por menores de lo programado para las festividades culturales a que deberían desarrollarse vía digital, y en el caso de algún evento que concentrara multitud usar protocolos de bioseguridad exhaustivos.
- Campañas de innovación a las programaciones en los segmentos de interculturalidad en los medios digitales locales, con las próximas actividades culturales por festividades, captar la presencia virtual de la ciudadanía en general, y a su vez el contenido dirigido para toda la familia.

4 BIBLIOGRAFÍA

- Fuentes. (2018). *Difusión de Contenidos*. Cali, Colombia.
- Guirao, C. (8 de Mayo de 2020). DIGITALIZACIÓN . *Expresiones culturales en tiempo de confinamiento*, págs. 4-7.
- Hunt, H. (1996). *El nuevo contenido y la era digital*. Bruselas, Belgica: Universidad de Bruselas.
- Lopez. (2019). *Hablar de la Industria Cultural y su surgimiento*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Paredes. (2018). Nuevos Formatos Digitales. *Nueva Era*, 6-7.
- Paredes, L. (2019). *Organización de Naciones Unidas, para Educación, Ciencia y Cultura*. México: CONALMEX.
- Pérez. (2019). *Cultura y Digitalización*. Lima, Perú: Era digital.
- Peterson, & Ken. (1996). *Industria Cultural, Comunicación Audiovisual*. Colombia: Universidad Sergio Arboleda.
- Terán. (14 de Julio de 2017). Fronteras y actualizaciones Digitales-Tecnológicas. *Mundo Web*, págs. 3-4.
- Velásquez. (2019). *Tecnología Comunicacional*. Santiago, Chile: El cambio tecnológico actual.

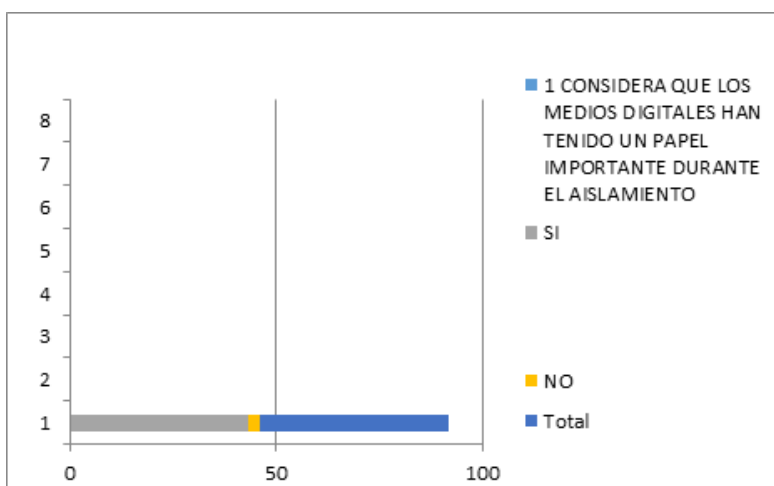
5 ANEXOS

ANEXO #1

1.- ¿Considera que los medios digitales han tenido un papel importante durante el aislamiento?

OPCIONES	Respuestas	Porcentaje
SI	43	93.48%
NO	3	6.52%
Total	46	

Gráfico#1: Importancia de los Medios Digitales



Fuente: Encuesta realizada a personas consumidoras de contenidos culturales durante el aislamiento.

Encuesta: Elaborada por Kerly María Pacheco Onofre

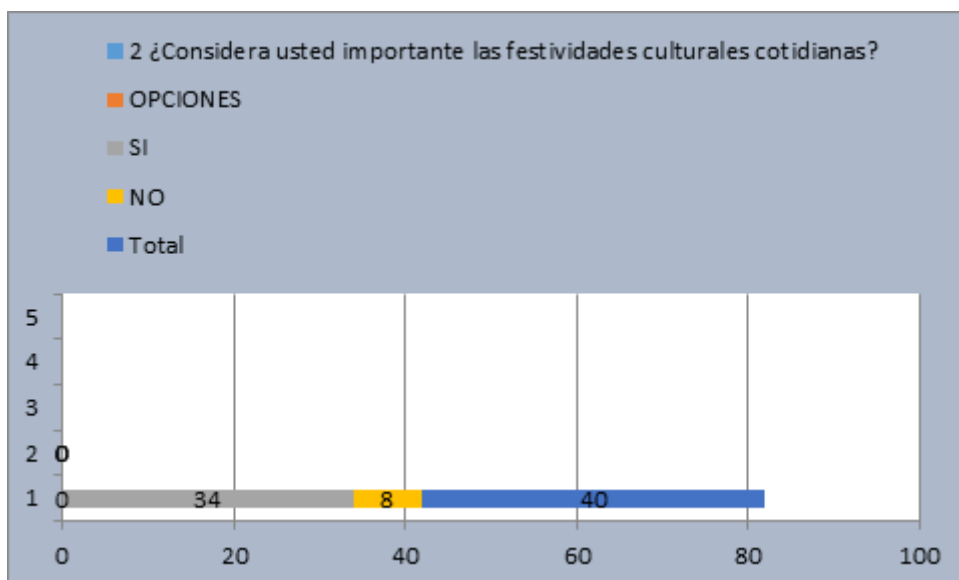
Interpretación de Resultados: Mediante los datos obtenidos de las personas encuestadas se obtiene un porcentaje mayoritario de un 93.48 % consideran importante el papel de los medios digitales, mientras que el 6.52% no lo consideran fundamental.

2 ¿Considera usted importante las festividades culturales cotidianas?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
----------	------------	------------

SI	34	85.00%
NO	8	20.00%
Total	40	

Grafico#2: Importancia de las Festividades Culturales



Fuente: Encuesta realizada a personas consumidoras de contenidos culturales durante el aislamiento.

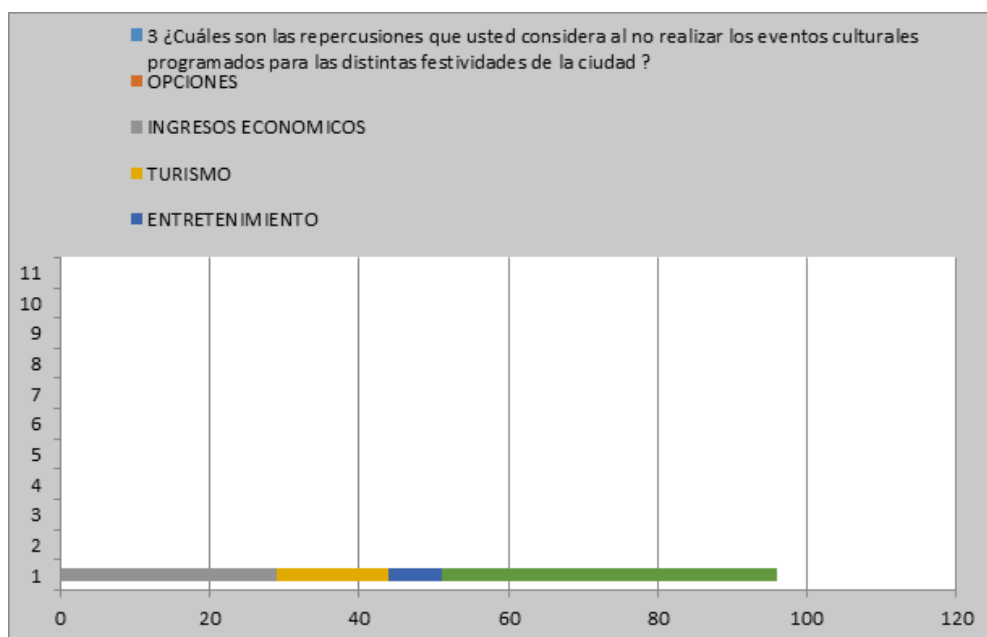
Encuesta: Elaborada por Kerly Maria Pacheco Onofre

Interpretación de Resultados: De las personas encuestas 34 respuestas se traducen a un 80% que consideran la importancia de la cotidianidad de los eventos culturales y un 20% asimila que no es importante invertir recursos en aquello.

3.- ¿Cuáles son las repercusiones que usted considera al no realizar los eventos culturales programados para las festividades de la ciudad?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
INGRESOS ECONOMICOS	29	64.44%
TURISMO	15	33.33%
ENTRETENIMIENTO	7	15.56%
Total	45	

Gráfico#3: Repercusiones al no realizar eventos culturales.



Fuente: Encuesta realizada a personas consumidoras de contenidos culturales durante el aislamiento.

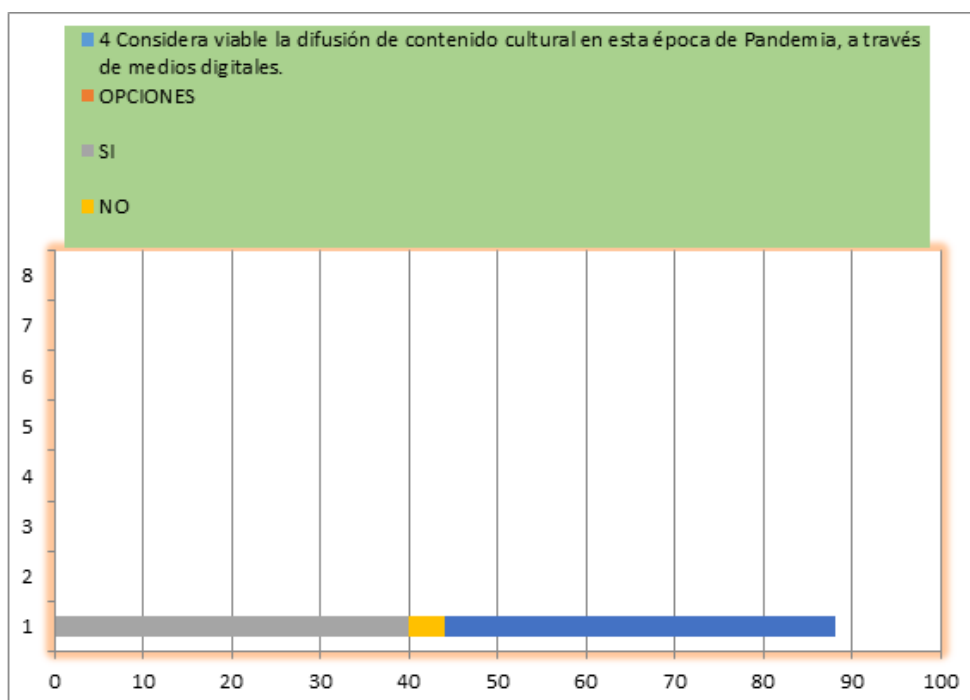
Encuesta: Elaborada por Kerly Maria Pacheco Onofre

Interpretación de Resultados: Dentro de las opciones a escoger en la presente pregunta las mayores respuestas se inclinan a los ingresos económicos (64.44 %) mientras que la segunda opción de turismo con el porcentaje de 33.33 % y como última opción escogida se mantiene al entretenimiento en un porcentaje del 15.56 %.

4.- Considera viable la difusión de contenido cultural en esta época de Pandemia, a través de medios digitales.

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	40	90.91%
NO	4	9.09%
Total	44	

Gráfico#4: Viabilidad de difusión de contenido cultural en época de pandemia.



Fuente: Encuesta realizada a personas consumidoras de contenidos culturales durante el aislamiento.

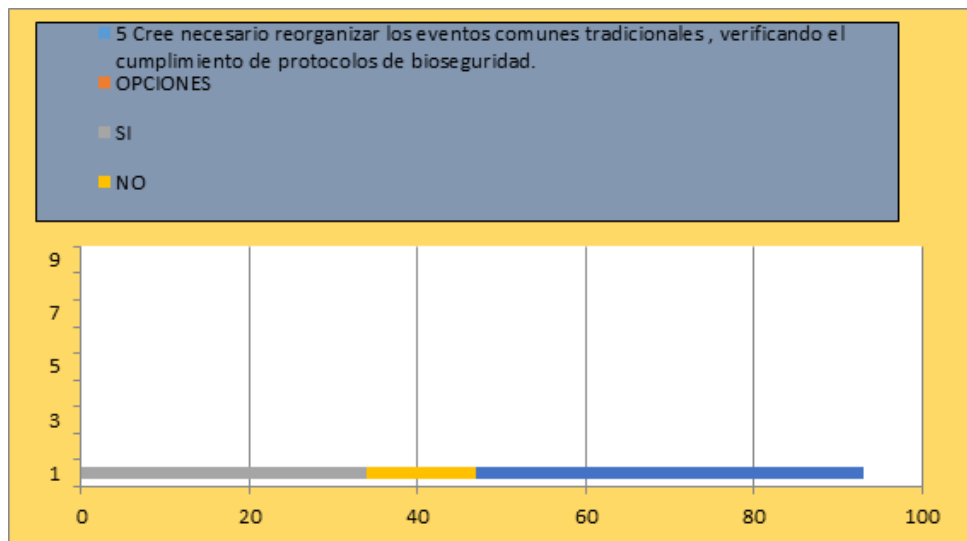
Encuesta: Elaborada por Kerly María Pacheco Onofre

Interpretación de Resultados: El 90.91% del total de encuestados mantiene la postura del avance tecnológico dentro de la sociedad y un porcentaje aproximado al 9.09% no lo consideran viable.

5.- Cree necesario reorganizar los eventos comunes por las fiestas de las Mercedes, verificando el cumplimiento de protocolos de bioseguridad.

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	34	73.91%
NO	13	28.26%
Total	46	

Gráfico#5: Necesidad de reorganización de eventos culturales.



Fuente: Encuesta realizada a personas consumidoras de contenidos culturales durante el aislamiento.

Encuesta: Elaborada por Kerly María Pacheco Onofre

Interpretación de Resultados: Un porcentaje del 73.91 % de los encuestados que para alejarse de todo el caos social se aproveche la atención de los medios digitales para reorganizar los eventos culturales. Y el otro 28.26% no está de acuerdo.

ANEXO #2

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

COMUNICACIÓN SOCIAL

Cuestionario de Encuestas Digital en la página encuesta.com para personas consumidoras del contenido digital.

Fecha _____ - Edad _____

1.- ¿Considera que los medios digitales han tenido un papel importante durante el aislamiento?

SI

NO

1.-¿Considera usted importante las festividades culturales cotidianas?

SI

NO

2.-¿Cuáles son las repercusiones que usted considera al no realizar los eventos culturales programados para las festividades de la ciudad?

Ingresos económicos

Turismo

Entretenimiento

3.- ¿Considera viable la difusión de contenido cultural en esta época de Pandemia, a través de medios digitales?

SI

NO

5.- ¿Cree necesario reorganizar los eventos comunes por las fiestas de las Mercedes, verificando el cumplimiento de protocolos de bioseguridad?

SI

NO

ANEXO #3

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

COMUNICACIÓN SOCIAL

Entrevista a Daniel Figueroa miembro de la Casa de la Cultura

1.- ¿Qué opina usted frente a esta pandemia y su incidencia en las actividades culturales programadas para el año 2020?

Esta pandemia ha afectado a todas las esferas sociales y económicas, lo cual trasciende a una crisis económica en el país, la afectación de la pandemia en la programación cultural para este año, se ve seriamente afectada, con el confinamiento de las personas se hace imposible realizar dicha programación en espacios abiertos y cerrados, incidiendo en una paralización total de las actividades ya programadas

2.-Considera pertinente se influya en fomentar contenido cultural en los medios digitales?

Es muy buena opción que el contenido cultural se lo pueda influir por medios digitales, se puede llegar a más personas que se puedan beneficiar de la cultura.

La casa de la cultura de Los Ríos, estuvo a lo largo de este tiempo de aislamiento, tratando de alguna u otra manera mostrar al público obras artísticas, hicimos una campaña junto con la biblioteca #entretenimientoencaja donde también presentamos lecturas digitales, prestaciones de libros y muchas opciones más.

3.- ¿Cuál sería el accionar por parte de las autoridades locales encargadas de los espacios culturales, frente a las actividades de las Mercedes en el mes de Septiembre?

Durante el aislamiento se utilizaron las diferentes plataformas digitales, como transmisiones en vivo a través de la página de la casa de la cultura y así se seguiría haciendo porque ha resultado muy importante e interesante para mantener conectados e informados a la ciudadanía.

4.-Colaboraría en la difusión cultural en el cantón, vía ON LINE.

La difusión cultural vía on line, no solo beneficia al cantón, por esta vía se puede tener un alcance cantonal, provincial, nacional e internacional.

Se ha estado trabajando con respecto al tema de las festividades culturales y tradicionales que se realizan todos los años aquí en la ciudad para conmemorar a la Virgen, se realizará la transición en vivo por medio de la página, el paseo de la Virgen por las principales calles de la ciudad, esto para obviamente evitar aglomeraciones.

5.-Consideraría viable la transmisión en vivo de los eventos culturales para unas festividades.

Tenemos que adaptarnos a la tecnología, y transmitir en vivo un programa cultural sería muy viable.

6.-Considera usted que lo más difícil es captar la atención del público en medio esta crisis económica del país.

Nuestro alcance es a todos los niveles sociales, siendo difícil llegar a personas que no cuenten con acceso a la tecnología, de ahí las personas que cuenten con tecnología no es difícil llegar, porque estas personas les ayudaría como terapia de relajamiento

7.- Cree usted que desde los distintos espacios públicos podría enfatizar el interés por los contenidos culturales.

Es muy importante que todas las instituciones que realizan espacios culturales, lo hagan por vía on line en este tiempo de pandemia, ayudaría a que las personas se integren más y puedan ser un momento de esparcimiento agradable