



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:

**DIFUSIÓN DE CONTENIDOS CULTURALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DIGITAL. CASO “EL VOCERO”2020.**

AUTOR:

LISBETH ANABEL QUISPE QUINTANA

TUTOR:

LIC.ALEJANDRA CAMPI MALDONADO. MSC.

BABAHOYO - ECUADOR

2020



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



DEDICATORIA

A mí, porque a pesar de todas las lágrimas, adversidades y tropezones sigo de pie luchando por mis sueños. Recuerda Lis, “no te des por vencido ni aun vencido” (Alma fuerte).

A mis padres, que se han ensuciado las manos dignamente en el campo trabajando largas jornadas para ayudarme a cristalizar mis sueños. Mis amores gracias por todo su esfuerzo, paciencia y amor incondicional; son mi orgullo. Anita sabe que tiene los mejores padres del mundo.

A mis abuelos, que con su amor y dulzura me han acurrucado en sus cálidos brazos; y con sus besos llenos de magia han disipado el dolor de mi alma. Definitivamente, los amo al infinito y más allá.

A mis tíos, mis segundos padres, que han estado ahí siempre brindándome pequeños pero muy valiosos consejos que han contribuido a mi formación emocional, personal y profesional.

Finalmente, a mis hermanos y primos, esos seres extraños que te alegran la vida, con los que he compartido momentos maravillosamente inolvidables. Sus locuras han logrado que mi vida universitaria sea más llevadera.

Los adoro con toda mi alma, vida y corazón.

Lisbeth Quispe Quintana



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



AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y hermanos, por confiar y creer en mí. A mi madre por estar preparando mi tacita de café endulzado con amor mientras realizaba mis tareas; y a mi padre por decirme palabras de aliento justo en el momento indicado. A mis hermanos, Emmanuel y Mishell, que los quiero mucho a mi manera; sin excesiva zalamería Gracias por estar siempre para mí.

A los amigos que he conocido en aulas, a esos que soportaron mis cambios de humor; y con los que sonreí cuando salían con sus ocurrencias. Y también a los que me ayudaron sin necesidad de pedir nada a cambio, solo porque conocen el valor del compañerismo.

*A mis docentes, gracias por aportan vasto conocimiento a mi vida en estos cuatro años de carrera universitaria. Especialmente a querida tutora, **Msc. Alejandra Campi**, quien desde el primer momento me brindó su amistad, bondad, dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración. Es mi inspiración porque ella es un gran ejemplo de mujer empoderada.*

Lisbeth Quispe Quintana

RESUMEN

En el siguiente proyecto investigativo se plantea realizar un análisis de la difusión de contenidos culturales en los medios de comunicación específicamente de El Vocero, en la ciudad de Babahoyo. En el desarrollo se presenta el estudio de caso fundamentado a partir de los diferentes pensamientos de autores de artículos, revistas, entre otros.

La vinculación entre el hombre, comunicación y cultura es tan compleja de comprender porque están unidos y separados a la vez, los primeros seres humanos fueron probablemente tan dependientes de la comunicación, para mantener su estructura social y para socializar sus conocimientos y saberes a los grupos sociales.

Para respaldar este proyecto se optó por desarrollarlo bajo la modalidad cualitativa. Así mismo se usó como método de investigación la entrevista a profundidad realizada a la directora y representante legal del medio de comunicación digital El Vocero de la ciudad de Babahoyo. La información obtenida, posteriormente se analizó e interpretó los datos obtenidos para plasmarlo en los resultados del estudio de caso. Se presentan las conclusiones y recomendaciones de este caso de estudio para de esta manera indica cómo crear contenido innovador y de calidad para sumar y fortalecer la formación integral de la colectividad en general.

Una vez realizado el estudio de caso se presenta las conclusiones finales en orden secuencial de acuerdo a la investigación realizada. Se pudo determinar que el medio digital El Vocero publica contenidos culturales como lo establece la ley Orgánica de Comunicación.

Palabras clave: cultura, comunicación, difusión, contenido, digital.

SUMMARY

In the following research project, an analysis of the dissemination of cultural content in the media specifically of El Vocero, in the city of Babahoyo, is proposed. In the development, the case study is presented based on the different thoughts of authors of articles, journals, among others.

The link between man, communication and culture is so complex to understand because they are united and separated at the same time that the first human beings were probably so dependent on communication, to maintain their social structure and to socialize their knowledge and knowledge to groups social.

To support this project, it was decided to develop it under the qualitative modality. Likewise, the in-depth interview with the management and legal representative of the digital communication medium El Vocero of the city of Babahoyo was used as a research method. The information obtained was subsequently analyzed and interpreted the data obtained to translate it into the results of the case study. The conclusions and recommendations of this case study are presented in order to indicate how to create innovative and quality content to add and strengthen the comprehensive training of the community in general.

Once the case study is carried out, the final conclusions are presented in sequential order according to the research carried out. It was determined that the digital medium El Vocero publishes cultural content as established by the Organic Law of Communication.

Keywords: culture, communication, diffusion, content, digital.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	DESARROLLO.....	3
1.1.	JUSTIFICACIÓN	3
1.2.	OBJETIVO	4
1.3.	SUSTENTOS TEÓRICOS	5
1.3.1.	CULTURA.....	5
1.3.2.	COMUNICACIÓN	7
1.3.3.	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	8
1.3.4.	INTERNET.....	10
1.3.5.	LA ERA DIGITAL	11
1.3.6.	MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN.....	11
1.3.7.	DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES	13
1.3.8.	IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA.....	14
1.4.	TÉCNICAS APLICADAS.....	15
1.5.	RESULTADOS OBTENIDOS.....	16
III.	CONCLUSIONES.....	19
IV.	RECOMENDACIONES.....	19
V.	BIBLIOGRAFÍA	20
VI.	ANEXOS	22

I. INTRODUCCIÓN

La relación entre cultura y comunicación suelen ser términos que a pesar de ser vinculados en ocasiones causa confusión. La comunicación es propia de toda cultura y ésta necesita de los procesos de comunicación para ser comprendida. Es difícil proyectarse a una comunicación que carezca de características creativas para transmitir temas de cultura e identidad.

La combinación inseparable entre cultura y la comunicación ayudan a producir y difundir una gran cantidad de información, conocimientos, ideas y contenidos, contribuyendo a la expansión de identidad, de igual manera el desarrollo social. En la sociedad contemporánea la comunicación se reduce a una herramienta tecnológica. Asimismo, las definiciones que dan a entender en proceso de la comunicación minimizan la vinculación con los diferentes fenómenos entre ellos lo antropológico, social y humano.

Este estudio se enmarca en dos la sublíneas de investigación de la carrera de Comunicación Social (FCJSE - UTB) para este caso se ha utilizado las siguientes: Impactos de la Comunicación en el Desarrollo Cultural e Influencia de los Medios de Comunicación e identidad Cultural; vinculadas al objetivo cuatro del Plan Nacional del Buen Vivir; fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

En el presente proyecto investigativo se plantea realizar un análisis de la difusión de contenidos culturales en los medios de comunicación específicamente el caso El Vocero, en la ciudad de Babahoyo, puesto que la producción de contenidos culturales es muy baja y no hay algún medio de comunicación que se dedique concretamente a producir contenidos que cumplan la función de educar sobre cultura e interculturalidad, considerando que es un tema de gran importancia con referencia al desarrollo que se vive por la globalización .

En el desarrollo se presenta el estudio de caso fundamentado a partir de los diferentes pensamientos de autores de artículos científicos, revistas, leyes, entre otros. Para esta investigación se tomó en cuenta diferentes puntos de vista de teóricos para analizar la estricta relación entre cultura y comunicación. Del mismo modo se especifica el proceso de la comunicación y sus cambios con relación a la tecnología; los contrastes en los modos de sentir, apreciar la identidad. Así también, dar a conocer la importancia de difundir contenidos

culturales en los medios de comunicación digitales y los espacios para la industrialización de la cultura.

Para respaldar este proyecto se optó por desarrollarlo bajo la modalidad cualitativa. Asimismo, se usó como método de investigación la entrevista a profundidad realizada a la directora y representante legal del medio de comunicación digital El Vocero de la ciudad de Babahoyo. La información obtenida, posteriormente se analizó e interpretó los datos obtenidos para plasmarlo en los resultados del estudio de caso.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de este caso de estudio para de esta manera indicar cómo crear contenido innovador y de calidad para sumar y fortalecer la formación integral de la colectividad en general. Del mismo modo, resaltar la importancia de ejercer un periodismo responsable que beneficie al enriquecimiento de la cultura de la provincia de Los Ríos.

II. DESARROLLO

1.1. JUSTIFICACIÓN

La vida humana siempre va a estar relacionada con la cultura y la comunicación; para que no se pierda la cultura se necesita una buena difusión de sus contenidos que se logra con una adecuada comunicación. La sociedad se ha ido desarrollando conforme cambian los medios de masas.

En la era de los millennials, el internet ha ido evolucionando exponencialmente las formas de comunicarse. La digitalización y la aparición de las redes sociales como también la diversidad de formatos para difundir información han logrado una comunicación e interacción inmediata con la audiencia.

Con la aparición de los medios digitales de comunicación se produce un cambio radical. En la actualidad los creadores de contenidos no se enfocan en el medio sino en la forma que el contenido llegue a impactar al usuario. Naciendo una frase muy reconocida por los periodistas digitales: “el valor ya no radica en el medio de soporte sino en el contenido que transmite” (Orihuela, 2003,s.p.).

Los medios de comunicación digitales que existen en la provincia son reconocidos por dar a conocer información actualizada, clara, precisa y concisa. Cabe considerar, por otra parte, que hay escasos medios que específicamente se dediquen a la generación de contenidos culturales con formatos que llamen la atención al lector o internauta. El Vocero es uno de los pocos medios que se caracteriza por ser veraz y objetivo además de tener una sección exclusiva para contenidos interculturales.

Resulta de vital importancia conocer y asimilar en la investigación cómo, qué tipo formato y bajo qué parámetros jurídicos relacionados con la comunicación se difunden contenidos culturales en el medio de comunicación digital El Vocero 2020, para a partir de ahí considerar nuevas estrategias para la generación de más contenidos creativos y de interés que enganchen al lector; y con la aplicación de destrezas, se identifiquen con su cultura.

La presente investigación se la realiza con base en la necesidad de estudiar la difusión de contenidos culturales en medios de comunicación digital. Así, permitirá mostrar los tipos de contenidos culturales que se publican en el medio digital El Vocero, y profundizar los conocimientos teóricos mediante argumentaciones de personajes destacados en el estudio de la comunicación sobre los conceptos de comunicación digital y difusión cultural.

Los motivos que conducen a esta investigación se centran en indagar sobre el contenido que genera El Vocero, con fin de conocer los parámetros que toman en cuenta la creación de contenidos culturales. Se pretende entonces hacer un análisis crítico constructivo mediante la investigación con el fin de proporcionar información útil para mejorar el conocimiento sobre esta problemática local.

Mediante estrategias metodologías aplicadas a la investigación del caso se aspira afianzar el conocimiento indagando a profundidad todo correspondiente a la Ley Orgánica de Comunicación con relación a la forma de difundir contenidos culturales en medios de comunicación y las características del formato que se puede publicar.

Por otra parte, este estudio de caso contribuye a la ampliación de información sobre las formas de difusión de contenidos culturales en medios de comunicación digitales para futuras investigaciones así mismo como la comparación de contenidos similares en cuanto a temas de cultura, comunicación y digitalización de contenidos.

1.2. OBJETIVO

Analizar la difusión de contenidos culturales en el medio de comunicación digital El vocero 2020.

1.3. SUSTENTOS TEÓRICOS

1.3.1. CULTURA

Cultura es todo aquello que nos rodea, y que se ha desarrollado por la humanidad. Este concepto hace referencia a diversas formas de organización social, maneras de pensar, variedad de ideologías, entre otros. Es decir, todo conjunto de saberes que el hombre realiza en un determinado grupo social para resolver sus necesidades (Martínez, 2008).

Según la UNESCO (1982) menciona que: La cultura... puede considerarse... como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (p. 71)

En este sentido se comprende que la cultura es el cultivar conocimiento, creencias, valores, conductas que identifica a un grupo de personas, y surgen de sus experiencias de un contexto. En otras palabras, cultura es la forma como los humanos desarrollan su vida la cual es transmitida por los procesos de comunicación y modificada por las futuras civilizaciones.

Según, Verhelst, como se citó en Molano (2007) afirma que: La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo. (p. 72)

Cabe resaltar que en los últimos años y por los avances tecnológicos se ha revolucionado la conducta humana cambiando la manera de pensar a una velocidad extraordinaria. Por eso también se dice que la cultura es la forma de como el ser humano se desarrolla constantemente, generando cambios y adaptaciones de su modo de vida que el mismo realiza a través de la innovación.

1.3.1.1. Importancia

La cultura siempre estará arraigada a la vida a del hombre, juega un papel esencial en la continuidad. Para la transmisión de actividades culturales deber considerase los mejores escenarios ya que se necesita de un buen conocimiento de cultura y la creación de formas de transmitir contenido que mejoren el progreso y crecimiento personal tanto como el social.

La cultura está estrechamente relacionada la identidad; ayuda a construir nuevas relaciones sociales. Es por ello que todo estado debe responsabilizarse de la socialización de temas culturales y la obligación de permitir el acceso a los sectores vulnerables. Por esta razón la Constitución la República del Ecuador en su artículo 21 establece la identidad cultural como un derecho, indicando que:

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. (Const., 2008, art. 21)

Las diferencias culturales hacen de toda nación un mosaico cultural. El cúmulo de saberes que hacen único a un pueblo. Otro punto a resaltar es que el desarrollo está dando por la combinación de culturas (idiomas, religiones y económicos) a nivel mundial. Por esto cambios es necesario reconocer que el hombre de acuerdo a su contexto es diferente, pero es de ahí que nace la riqueza, en la diversidad.

Existen grandes diferencias culturales que se manifiestan gracias a las expresiones artísticas las cuales se deben conocerlas y respetarlas porque construyen un legado de identidad, que se transmite de generación en generación en cada pueblo o contexto social. Los problemas como la discriminación en las percepciones culturales en la mayoría de las ocasiones se producen por desconocimiento de ideologías. A pesar que la cultura sea multidiversa y se modifique con el paso del tiempo siempre va e estar vinculada a los grandes cambios o momentos históricos del pueblo. Es decir, transformación de la cultura estará estrechamente relacionado con el desarrollo de la sociedad.

1.3.2. COMUNICACIÓN

Desde los inicios de la vida humana, la comunicación ha existido y ha sido considerada como uno de los procesos más importantes de la vida del hombre. A través de la comunicación se afianza la interacción entre las personas que se encuentra en un determinado espacio o contexto cultural. Por lo que él ha creado diversas formas para comunicarse que le han beneficiado para su desarrollo social.

El hombre empezó a utilizar diferentes instrumentos para desarrollar habilidades de acuerdo a sus carencias especializándose en la tarea grupal que se encomendaban por ser pertenecer a un grupo o tribu. Desde ese antecedente se cree que la comunicación ha estado vinculada con el desarrollo de la humanidad y que desde entonces ejerce una función importante en la organización social.

De acuerdo con Chiavenato (2006) , la comunicación se basa en el intercambio de contenidos informativos entre dos o más personas. Es decir, se necesita que el mensaje no sea muy complejo para que se vuelva común para los receptores. Es uno de los procesos de gran relevancia porque es muy esencial para los procesos de la experiencia humana y la organización social.

La comunicación humana es la más complejas de comprender; por ejemplo, el hombre tiene la facultad se expresar emociones, sentimientos, opiniones de manera verbal como no verbal. Lo que lo hace diferentes de los animales es la capacidad de razonar, hablar y la utilización de códigos para ser entendido por su receptor. La comunicación es un acto dinámico que permite el intercambio de información por medio de opiniones y pensamientos que se pueden dar por intereses comunes, para incentivar a algún tipo de relación social.

Conviene mencionar que la serie de conocimientos que se han transmitido de generación en generación se han dado por la existencia de la misma. Hay que hacer notar que las formas de comunicar han cambiado de casaca (de pictogramas a la digitalización), pero el ser humano sigue dependiendo de la comunicación.

1.3.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación se han transformado en algo tan trascendental en la sociedad que hoy es complejo proyectar una vida sin ellos. Cabe considerar que los medios siempre han existido, pero a través del tiempo han ido mejorando significativamente. En la actualidad se considera que los medios de comunicación son el ventanal para entrar a un universo infinito de contenidos informativos dado que son herramientas de difusión de gran accesibilidad. De acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 5 indica que:

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

Los medios sociales son instrumentos de control social y sobre todo son fuentes de información que abarcan un amplio abanico temas que ayudan a las mejoras sociales como también al entretenimiento. Es decir, que el medio de comunicación de masas muestra fragmentos de una realidad social en donde específicamente se puede observar expresiones de valores, cultura de los diferentes grupos sociales y todas las actividades de índole social que realiza un determina sociedad para contribuir al desarrollo social.

Dentro ese mismo orden de ideas todas las herramientas o instrumentos que ayuden con la información que necesita el ser humano para mantener el proceso de comunicación son denominados medios de comunicación masiva. Como medios de comunicación se denominan todos aquellos instrumentos, canales o formas de trasmisión de la información de que requieren de personas para realizar el proceso comunicativo.

En este mismo contexto, cabe mencionar que los medios de comunicación han estado en constante evolución; abarcan desde la prensa escrita hasta los contenidos digitales que publican en internet, donde se utilizan las nuevas tecnologías de la información y comunicación. De hecho, llegó a cambiar la forma de escritura y presentación de la información. Se debe agregar también que los medios tradicionales migraron a las nuevas plataformas ofrecidas por internet.

1.3.3.1. Función

La función principal de un medio de comunicación tanto tradicional como para digital es transmitir un mensaje a través de un emisor y que sea recibido por el receptor para la posterior asimilación del mensaje. Las principales funciones vinculadas a los medios de comunicación masivos (mass media) son tres: informar, educar y entretener.

- **Educar:** Estos medios masivos publican contenido cultural que sirve para la formación intelectual de su audiencia.
- **Informar:** Funciona como un instrumento clave para que los usuarios logren acceder a la información importante para formar un criterio de opinión sobre temas de relevancia social.
- **Entretener:** También los medios de comunicación se encargan de brindar contenido de entretenimiento en los diferentes espacios que tienen establecido de acuerdo al tipo de medio.

1.3.3.2. Tipos de comunicación masiva

La comunicación masiva se ha transformado de manera extraordinaria en las últimas décadas. Es por esto que Domínguez (2012) hace referencia a los mass media como una manera de comunicación fundamental en el mundo actual, porque los medios de comunicación de masas permiten a gran cantidad de personas estar actualizándose constantemente con la información que más le interese o considere importante de acuerdo a su identidad.

Los medios de comunicación masivos al momento de informar influyen en el comportamiento de cada persona; dependerá de la capacidad de criterio y el tratamiento que le dé a la información recibida a través de dos variables (elección y decisión) lo que se verá reflejado en sus actos lo que contribuye a la formación de conocimiento y más tarde una identidad cultural. Cabe destacar que la cultura necesita de espacios comunicacionales para que se desarrolle y no se pierdan las existentes y de esta forma mantener la continuidad social.

- **Medios secundarios:** Hacen referencia a las máquinas. Los emisores del contenido requieren de tecnologías para poder transmitir la información a sus receptores. Sin embargo, los receptores no necesitan de tecnologías para recibir el mensaje. Los medios más conocidos que se encierran en esta clasificación son: periódicos, revistas, folletos, entre otros.
- **Medios terciarios:** En esta clasificación se hace uso de tecnologías entre las personas que intervienen (emisor y receptor). En otras palabras, se necesita de un decodificador de mensaje para comprender el mensaje. Así, por ejemplo, para emitir una noticia por radio se necesitará de una cabina de radio y a la vez el receptor debe disponer de una radiograbadora para escuchar las noticias que transmite el medio de comunicación.
- **Medios cuaternarios:** En la actualidad tienen una gran audiencia, son los famosos medios de comunicación digitales. Estos instrumentos son de tecnología avanzada. En este caso tanto el emisor como receptor mantienen una intercomunicación activa gracias a que se pueden emitir y recibir mensajes de una forma instantánea. En este grupo se incluye como principal medio el internet, televisión de paga, celulares, etc.

1.3.4. INTERNET

La aparición del internet como una red global interconectada móvil ha significado un acelerado proceso en la comunicación. Lo más importante de esta revolución es que es el cambio referente a la presentación de contenidos. Conviene subrayar que la multimedia, entra en auge ya que ofrece una diversidad de presentación de contenido (fotos, vídeos, audios) que han cambiado la forma de interacción masivas (Aguado, Feijóo, & Martínez, 2011).

Una de las características más esenciales y favorecedoras del internet es que ofrece accesibilidad a una gran cantidad de información de manera fácil, sencilla y sobre todo a un bajo costo. Asimismo, ha permitido que las personas creen sus propios contenidos, comenten sus opiniones para así mantener una comunicación fluida y sin límites. En pocas palabras el internet ha abierto las puertas un mundo inimaginable de información cultural, económica y tecnología que han permitido un desarrollo social de manera exponencial.

1.3.5. LA ERA DIGITAL

La era digital tiene su razón de ser debido al apareamiento de la computadora, internet y por último el de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, logrando establecerse como parte de nuestra cultura en el tema tecnología. Cuando se señala a las TIC se refiere también a los medios de comunicación de todo tipo: visuales, escrita, radial, así como los medios de comunicación interpersonales y tradicionales con soporte tecnológico. El fenómeno de la digitalización y las nuevas formas de trabajo de la comunicación cambiado afectando a la dinámica de la vida diaria exigiendo una readaptación inmediata, obligando al hombre transformar su vida a las nuevas condiciones.

La digitalización en el proceso de comunicación ha significado grandes cambios que han influido en la forma de comunicarse. De hecho, los emisores de información en medios de comunicación se han visto afectados al momento de crear y emitir mensajes informativos o de entretenimiento a su público. Así mismo los receptores han cambiado los hábitos de consumir información pues ahora prefieren contenidos más creativos y llamativos que mantengan las características propias del estilo periodístico.

1.3.6. MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN

Los medios digitales de comunicación se denominan así a los espacios o sitios en internet que se dedican a generar, compartir e intercambiar de información. En este tipo de medio existe una comunicación más directa entre emisores y receptores. En Ecuador de acuerdo al Reglamento General a Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 3 indica que:

Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley. (Reglamento General a la LOC, 2014, art.3)

1.3.6.1. Contenidos digitales

Es la información que se transmite por formato electrónico mediante redes de comunicación y las TIC. En este tipo de formato abarca lo relacionado con fotos, videos, audios, textos, entre otras. Las personas a partir de la revolución producida por el internet consumen una proporción alta contenidos digitales. De igual modo los formatos digitales de la prensa, así como revistas, periódicos, publicaciones.

Se entiende por contenidos digitales los materiales interactivos que integran elementos icónicos, visuales, auditivos y audiovisuales, que permiten ser utilizados por el profesor según sus necesidades docentes y posibilitan al alumno explorar y manipularla información de forma creativa, atractiva y colaborativa (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado [INTEFP], 2014).

1.3.6.2. Contenidos culturales

Los medios de comunicación están inmersos en la creación y producción de contenidos culturales desde hace varias décadas atrás. De hecho, los medios de masas tienen su respectiva audiencia de acuerdo al contenido que publican. En concordancia con una de las responsabilidades que tienen los medios de comunicación de masas nace la necesidad de informar de manera correcta, veraz y oportuna al público al que va dirigido.

Cabe destacar que lo expuesto anteriormente se complementa en artículo 3 del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación que hace énfasis a los contenidos culturales. En Ecuador los contenidos interculturales dan a conocer de manera general la esencia de un pueblo, es decir cuenta la historia desde diferentes perspectivas en donde se destacan: el patrimonio cultural, expresiones culturales, saberes ancestrales. En pocas palabras son sus maneras de ser, estar y saber en un espacio geográfico determinado en diferentes tiempos (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015).

1.3.7. DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES

La presencia de contenidos digitales en los medios de comunicación amplía la distribución de los mismos ya que mediante las redes sociales llegan a un público multidiverso. Por ello es esencial saber crear contenidos que llamen la atención para generar fidelidad del usuario en redes sociales. La aparición de redes sociales beneficia a la sociedad porque se han convertido en instrumentos potentes de emisión y difusión de contenidos causan gran impacto social.

En las redes sociales se puede difundir cualquier tipo de contenido, pero al convertirse en medio de comunicación digital tendrá que considerar ciertas reglas de las bases del periodismo. En este caso en la República de Ecuador, los contenidos informativos que se publican en medios que se dediquen a difundir contenido comunicativo están regulados bajo los parámetros establecidos por Ley Orgánica de Comunicación se debe tomar en cuenta el artículo 8 que hace referencia a la prevalencia en la difusión de contenidos, lo cual menciona lo siguiente:

Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador. (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, art.8)

A pesar del acelerado proceso que los medios digitales han provocado, los contenidos culturales intentan readaptarse a nuevos formatos, pero con un solo fin, fomentar la identidad cultural al receptor de información. Para que estos contenidos logren sus objetivos deben contener información de excelente calidad y sobre todo que predomine la brevedad. Es por esto que se debe aprovechar los entornos digitales para la elaboración de contenidos creativos valiéndose de todos los recursos multimedia necesarios que facilitan los dispositivos tecnológicos y de estar forma priorizar uno de los derechos internacionales, la libertad de expresiones culturales (Alvaréz, 2015).

1.3.8. IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA

En estos últimos años la humanidad ha sido testigo de los acelerados cambios en los medios de comunicación. Los primeros seres humanos fueron probablemente tan dependientes de la comunicación como en la actualidad porque para desarrollarse socialmente se necesita comunicar conocimientos y saberes del contexto que se rodea el hombre. Es por esto que el Consejo de Regulación y Desarrollo y de la Información y Comunicación en uno de sus cuadernillos Medios de Comunicación e Interculturalidad: Tendencias y Visiones hace referencia a la relación entre comunicación y cultura indicando que:

Estos dos términos han sido discutidos y analizados con mucha frecuencia en el campo de las ciencias sociales. Su incidencia, relación, afectación, ha dado lugar a la construcción de diversos paradigmas, entendidos como sistemas de ideas, métodos, técnicas, valores compartidos por determinadas comunidades, dentro de marcos normativos que fijan los límites de actuación individual y colectiva. (CORDICOM, 2016, p.16.)

Con una comunicación de masas en medios digitales es innegable que ayuda a mejorar las nuevas relaciones de interculturalidad en el contexto social. Por eso es de suma importancia mejorar los procesos de comunicación para que sean más incluyentes al momento de la producción y emisión de contenidos culturales, así como las costumbres, conocimientos y saberes de un determinado pueblo y de esa manera inmiscuirse en el mundo de la comunicación intercultural asentadas en las bases del valor y diversidad de tradiciones única de los pueblos ecuatorianos (CORDICOM, 2016).

Para entender todo proceso cultural se necesita de la comunicación para divulgar todas las manifestaciones culturales que también son vistas como un camino hacia desarrollo sostenible de la sociedad. Específicamente se necesita el reconocimiento de cada una de las culturas con la difusión de las mismas a través de instrumentos tecnológicos que han facilitado el acceso a un gran número de personas a conocimientos de una manera práctica, sencilla y económica, rompiendo la brecha digital que limitaba la accesibilidad para la obtención de diferentes tipos de contenidos (informativo, educativos y culturales) que mejoran los sectores sociales.

1.4. TÉCNICAS APLICADAS

Tipo de investigación

Explicativa

Este tipo de investigación es una de la más frecuentes donde el objetivo principal es buscar por qué y para que de un fenómeno o caso a estudiar para la adquisición de conocimiento. Para su consolidación se utilizan argumentos de fuentes secundarias y desde luego la persona a cargo de la investigación debe asegurarse de examinar cuidadosamente el contenido con el que sustentará su investigación (Hernández, 2014).

Metodología

La metodología de la investigación cualitativa construye conocimiento mediante la recogida de información de fenómenos, según contextos (Quecedo & Castaño, 2002). En lo que respecta a este estudio se utilizará la observación no participativa, es decir el investigador no se involucrará con el contexto de estudio, sino que realizará un análisis exhaustivo la problemática. En este caso se realizó reflexiones sobre la importancia de la difusión de contenidos culturales del medio digital de comunicación El Vocero.

Técnicas

Para recopilar la información se realizó la revisión bibliográfica del caso se tomó especial consideración a la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación, asimismo una de las técnicas implementadas en este trabajo fue la entrevista a profundidad.

Se utilizó la entrevista a profundidad de carácter no estructurado a María Teresa Flores Montoya, directora del medio de comunicación digital El Vocero, con el fin de mantener diálogo fluido (entrevistador-entrevistado). Luego se seleccionó la información y datos relevantes para de esta manera argumentar con apoyos verídicos la investigación realizada que contiene el estudio de caso.

1.5. RESULTADOS OBTENIDOS

En el presente estudio con el fin de dar cumplimiento al objetivo establecido, se recopiló información de fuentes fidedignas y se las tomó en consideración el marco teórico. Se acudió a una fuente directa de información mediante la realización de una entrevista a profundidad a la representante legal del medio comunicación El Vocero, Lcda. María Teresa Flores Montoya quien como argumento principal hizo énfasis en la importancia de difundir contenidos culturales en los medios de comunicación, sus experiencias profesionales y recomendaciones en la misma temática.

El Vocero es un medio de comunicación que se creó el 21 de agosto del 2018 que consta en el registro único de medio de comunicación del Ecuador, es uno de los medios digitales registrados en la provincia de Los Ríos. Por lo tanto, este medio se rige mediante la Ley Orgánica de Comunicación que es la encargada de regular los procedimientos del medio de comunicación para garantizar y promover los derechos de la comunicación e información dentro del marco jurídico. De acuerdo al Reglamento para el registro público obligatorio de los medios de comunicación social indica que:

La obligación de registro de medios de comunicación social se extiende a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva, que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet; y demás contemplados en la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento General. (CORDICOM, 2014, art.2)

Para este medio es de gran importancia la calidad de sus contenidos, se verifican los datos y sus versiones en todos los casos. Al ser una plataforma que se enmarca en la Ley Orgánica de Comunicación se realiza lo que se denomina periodismo responsable e inclusivo en donde se toman en cuenta todos los sectores sociales históricamente marginados tales como: las personas con capacidades especiales, la comunidad LGBTI, los pueblos montubios, indígenas y afroecuatorianos, entre otros.

El Vocero se caracteriza por ser un medio apegado a la verdad y a la objetividad de la información; incluyente. Es decir que renuncia a cualquier acto de discriminación que afecte a una persona o sector cultural. Respeta la libertad de expresiones y brinda espacio para difusión de contenidos culturales según lo estipulado en el artículo 36 inciso 2 de la Ley Orgánica de Comunicación que hace referencia al Derecho de la comunicación intercultural y plurinacional el cual que indica lo siguiente:

Los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su contenido comunicacional, bajo los parámetros que establezca el Reglamento, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, art.36.)

La directora del medio de comunicación digital El Vocero, María Teresa Flores resaltó la importancia de los temas culturales en los medios de comunicación indicando que ... “es importante la difusión de contenidos culturales; debería darse espacio a la cultura en los medios porque de algún modo es vital que conozcamos de dónde venimos y quiénes somos”. (Flores, 2020).

La representante legal del medio de comunicación es miembro de Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo de Los Ríos. Por lo cual este medio colabora constantemente con la promoción y difusión de contenidos culturales brindando un espacio exclusivo para proyectos culturales de la provincia especialmente en agosto, el mes de las artes y cultura en Ecuador.

En la ciudad de Babahoyo cubrir este tipo de eventos culturales es complejo porque no existen los recursos necesarios para realizarlo. Además, las personas no están acostumbradas a ver este tipo de contenidos en los medios digitales; prefieren las secciones donde se dan las noticias de actualidad. Por esta razón El Vocero vio la necesidad de presentar una sección intercultural donde se expone las diferentes costumbres, tradiciones y saberes ancestrales del pueblo ecuatoriano con relación a las fechas de algunas festividades culturales a nivel de la provincia y del país.

En la provincia de Los Ríos hay diferentes grupos que se reúnen a hacer danzas folklóricas, recitales, teatro y otras expresiones culturales; incluso muchos pintores que exponen su trabajo varias veces al año y por falta de difusión del evento, la ciudadanía no sabe. La encargada medio digital de comunicación hace énfasis en las limitantes que existen; en el medio solo una persona cubre las notas periodísticas, lo cual limita el número de cubiertas porque todo va en función de agendas noticias y el tiempo. Definitivamente, es un gran reto para los medios de comunicación independientes, pero es necesario difundir estos tipos de eventos para que la ciudadanía se interese por estos temas y proyectos culturales

En este medio las publicaciones de contenidos culturales se realizan entre una o dos veces a la semana para cumplir con lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación. Las publicaciones de estos contenidos requieren de un formato multimedia llamativo; El Vocero lleva su formato de estilo de un medio de comunicación impreso digital. Sin embargo, por motivos de pandemia COVID-19 se han reducido considerablemente los eventos culturales en los espacios públicos en el año 2020 influyendo en la presentación y difusión de contenidos en los medios de comunicación.

La directora a cargo del medio indicó que para la difusión de contenidos se necesita mantener una buena estructura mantenga de acuerdo al manual de estilo establecido en él para lograr una comunicación eficaz y de esta forma obtener un contenido claro, preciso y conciso para de esta manera mantener un adecuado sistema de emisión de contenidos a los consumidores de información.

Otro de los aspectos a destacar de este medio es que además de su portal web, maneja las tres redes sociales, más conocidas y de mayor audiencia (Facebook, Instagram y Twitter) para consumidores digitales, manteniendo formatos muy similares al manual de estilo establecido y publicado en su portal web www.elvocero.com.ec.

Este medio digital de comunicación de Babahoyo cumple todo lo estipulado en la Ley Orgánica de Comunicación. Por lo consiguiente sus contenidos culturales están redactados bajo los parámetros requeridos por la Ley Orgánica de Comunicación y el estilo del medio. Sin embargo, la emisión de contenidos culturales es un poco complicado porque existen limitaciones en el marco del tiempo para cubrir eventos a nivel de la provincia.

III. CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de caso se presentan las conclusiones finales de la investigación, las mismas que se redactaron en orden secuencial de acuerdo al estudio. Se puede determinar que el medio digital El Vocero publica contenidos culturales como lo establece la Ley Orgánica de Comunicación.

Asimismo, se mostró que la difusión de contenidos culturales en los medios de comunicación digitales se torna difícil porque no existe el suficiente recurso humano y de tiempo para cubrir eventos culturales relacionados a la provincia. Es por eso que publicar este tipo de contenidos es un gran reto para los medios de comunicación local.

Es primordial trabajar en la creación de este tipo de contenidos porque ayuda a establecer nuevos espacios para audiencia acostumbrada a observar solo contenidos noticiosos o de actualidad. En los espacios culturales que dedican los medios de comunicación se deben difundir contenidos de manera progresiva para que la audiencia se interese y se inmiscuya lentamente en la cultura, algo que forma parte de la realidad social del hombre.

IV. RECOMENDACIONES

En los medios de comunicación digital las publicaciones demandan de una buena idea, planificación y un sistema de difusión y distribución. Así como un calendario para la difusión de contenidos. Asimismo, es necesario implementar estrategias de distribución de contenido efectivas para que la publicación de contenidos culturales llegue a la audiencia requerida.

Sin duda es imprescindible que el medio de comunicación mediante herramientas tecnológicas (subtítulos, audio descripción, lenguaje de señas) mejore la accesibilidad de la información para eliminar las barreras de comunicación y así garantizar el acceso de la información personas con discapacidad.

Por otra parte, hay tomar en consideración todo lo referente a Ley Orgánica de Comunicación, su Reglamento y el Manual de Estilo del medio para creación, difusión y distribución de contenidos; así se evitaría problemas legales y de redacción en las publicaciones del medio de comunicación digital.

V. BIBLIOGRAFÍA

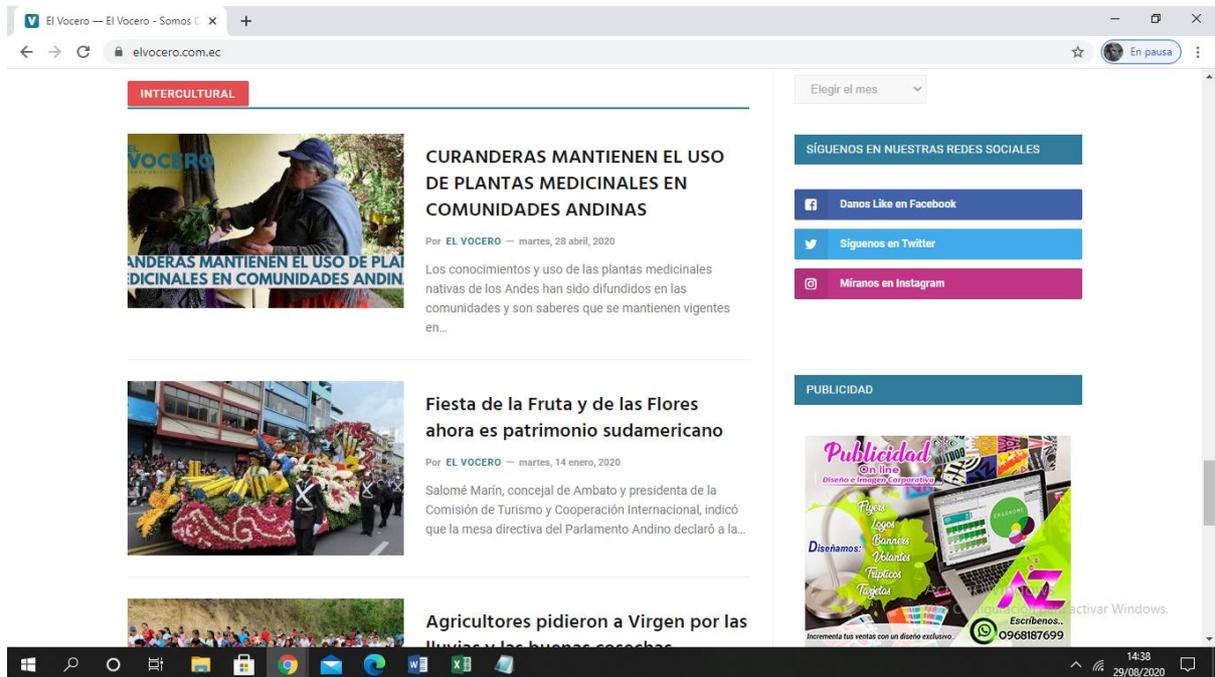
- Aguado, J., Feijóo, C., & Martínez, I. (2011). Contenidos digitales y comunicación móvil :
Hacia la transformación del internet. *Derecho a Comunicar*.
- Alvaréz, E. (2015). El lenguaje periodístico: nuevas plataformas, nuevos paradigmas. .
Ogigia. Revista electrónica de estudios hispánicos.
- Chiavenato, I. (2006). *Teoría General de la Administración*. México: McGraw-Hill
Interamericana.
- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. (18 de noviembre de
2015). Reglamento para la aplicación del artículo 36 de la Ley Orgánica de
Comunicación sobre la difusión de contenidos interculturales. Guayaquil, Guayas,
Ecuador.
- Consejo de de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. (2014).
*Reglamento para el registro público obligatorio de los medios de comunicación
social* . Ciudad de Alfaro : CORDICOM.
- Consejo de Regulación y Desarrollo y de la Información y Comunicación (CORDICOM).
(2016). Medios de comunicación e Interculturalidad: tendencias y visiones.
Interculturalidad en el Marco Legislativo de los países Latinoamericanos y Andinos.
Quito, Pichincha, Ecuador: Cuadernos del CORDICOM.
- Constitución de la República del Ecuador [Const.]. (2008). *Artículo 21[Título II]*. Asamblea
Nacional de la República del Ecuador.
- Cruz, M. A. (2012). Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y
deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa.
Bibliotecas. Anales de investigación, 189-199.
- Dominguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Ciudad de México: Red Tercer
Milenio s.c.
- Flores, M. (27 de agosto de 2020). Difusión de contenidos culturales. (L. Quispe,
Entrevistador) Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

- Gil, E. (s.f). La web 2.0. Barcelona, España: Universidad Oberta de Cataluña.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). Ciudad de México: MCGRAW-HILL.
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado, INTEF. (2014). *Los contenidos digitales. Claves para una cultura TIC en la Educación*. Barcelona: ontsi.
- Ley Orgánica de Comunicación. (20 de 02 de 2019). Registro Oficial Suplemento 432. Quito, Ecuador: LEXIS FINDER.
- Martínez, B. (2008). El aprendizaje de la cultura y la cultura de aprender. *Scielo*, s.pp.
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 69-84. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Orihuela, J. (2003). Los weblogs ante los paradigmas de la eComunicación : 10 principios del nuevo escenario mediático. *La Comunicación: Nuevos discursos y Perspectivas* (pág. s.p.). Madrid: V Foro de Investigación Europea en Comunicación .
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la Metodología de la Investigación Cualitativa. *Revista Psicodidáctica*, 5-39.
- Reglamento General a la Ley Órgánica de Comunicación. (25 de julio de 2014). Tercer Registro Oficial Suplemento No. 22. Quito, Pichincha, Ecuador.
- UNESCO. (1982). Nuestra diversidad creativa. *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales*, (pág. 71). Mexico.

VI. ANEXOS



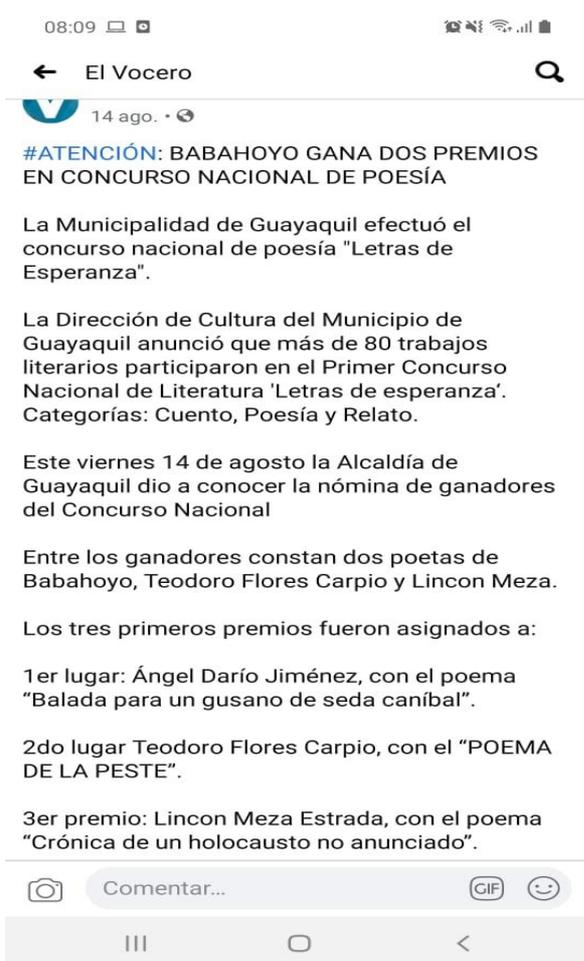
Anexo 1. Portal web del medio digital de comunicación El Vocero



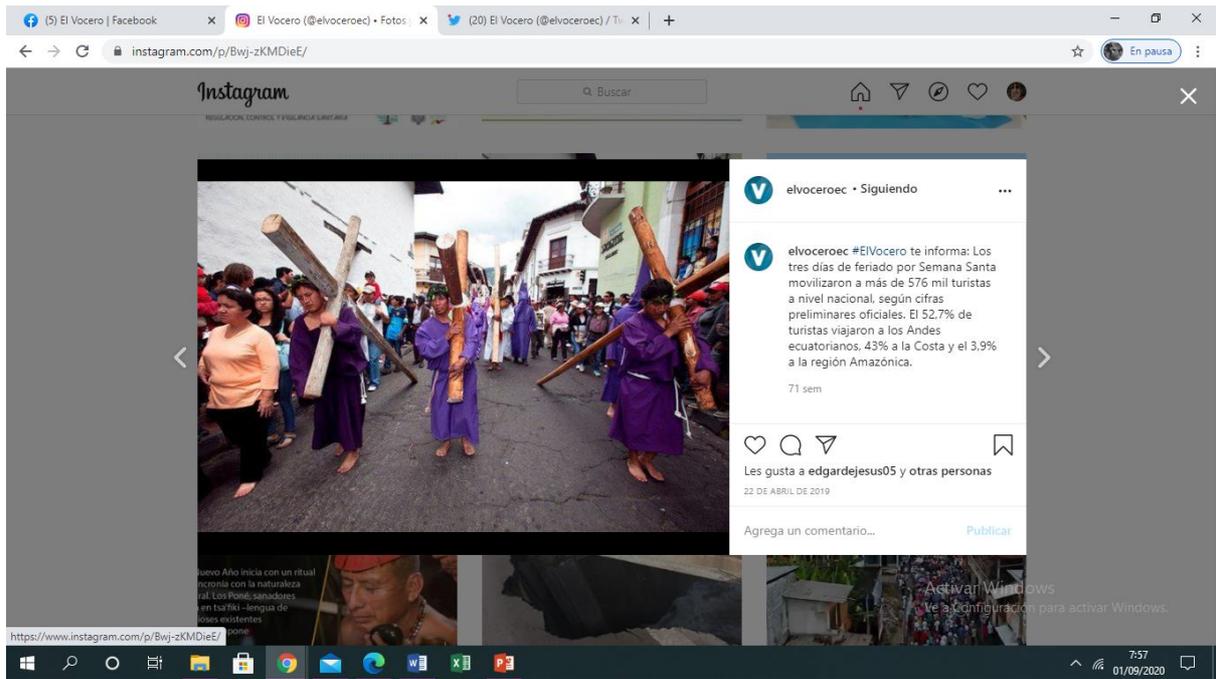
Anexo 2. Sección intercultural del Portal web del medio digital de comunicación El Vocero



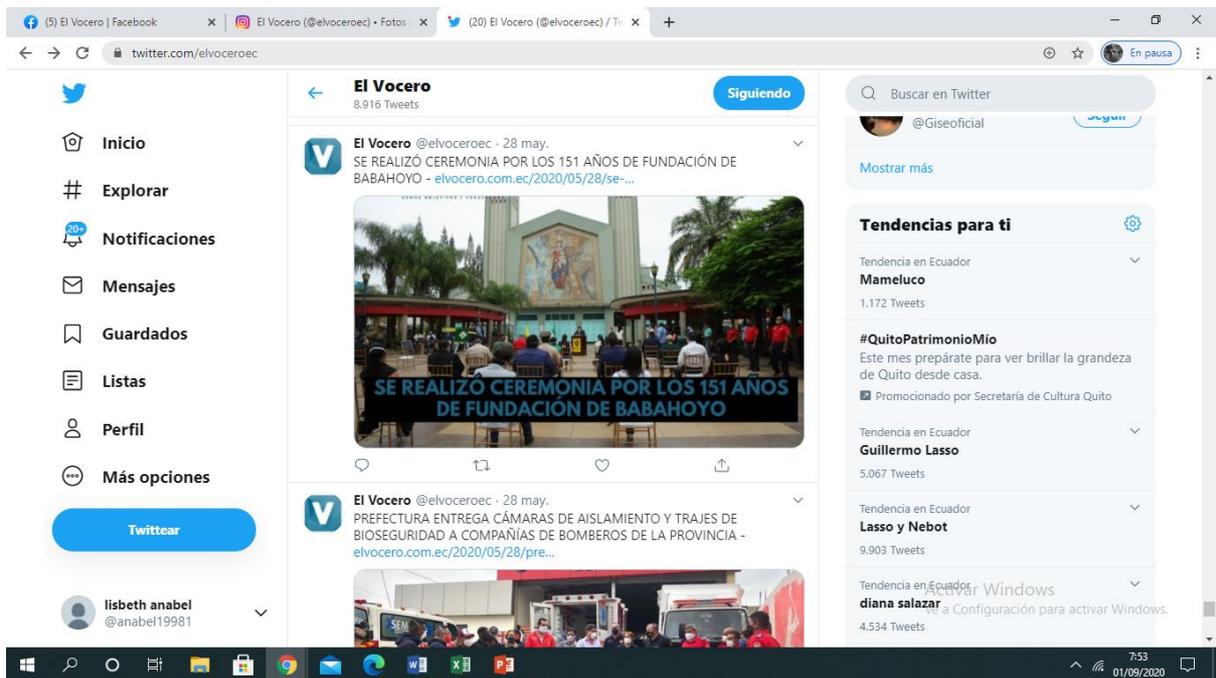
Anexo 3. Entrevista a la Lcda. María Flores Montoya - Directora del medio de comunicación digital El Vocero



Anexo 4. Noticia cultural desde la página de Facebook del medio de comunicación digital El Vocero. (Móvil)



Anexo 5. Noticia cultural desde la página de Instagram del medio de comunicación digital El Vocero.



Anexo 6. Noticia cultural desde la página de Twitter del medio de comunicación digital El Vocero.



Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación

CERTIFICADO DE REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS

Quito, lunes 16 de marzo de 2020

El medio de comunicación: INFORMATIVO EL VOCERO, de nombre comercial: EL VOCERO con RUC: 1291778409001, de clasificación: MEDIO EN INTERNET, de tipo PRIVADO; consta registrado en el Registro Público de Medios de Comunicación Social, de conformidad con lo que establece el artículo 88 de la Ley Orgánica de Comunicación, y el artículo 37 de su Reglamento General.

Para verificar el código del certificado de registro por favor ingrese al siguiente link:
<http://registro.consejodecomunicacion.gob.ec/>

Código de validación: CWEY528X

Este certificado tiene vigencia de 45 días a partir de su emisión.

A handwritten signature in blue ink, enclosed within a blue oval. The signature appears to read 'Ligia Murillo'.

Lic. Ligia Elena Murillo Ramón
Directora Técnica de Monitoreo a los Contenidos
Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación

Anexo 7. Certificado de Registro Público de Medios de El Vocero emitido por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación

EL VOCERO



Tomado de: <https://www.elvocero.com.ec/>

¿Quiénes somos?

Informativo El Vocero es un medio de comunicación fundado el 21 de agosto del 2018 en el cantón Babahoyo. Esta propuesta comunicacional tiene como objetivo promover una comunicación objetiva, veraz e incluyente brindando espacios a todos los miembros de nuestra sociedad sin ningún tipo de distinción o discrimen.

CÓDIGO DEONTOLÓGICO

Este Código Deontológico tiene como principio la regulación del trabajo periodístico de www.elvocero.com.ec

El idioma empleado es el español, sin que escapara más adelante la necesidad de implementar el inglés y el idioma autóctono quichua para determinadas noticias.

La información en Impacto variada, objetiva, transparente y orientadora; no tiene sesgo político, prejuicio racial ni de género.

El trabajo periodístico se sujeta a las leyes vigentes del Ecuador. El ejercicio periodístico está sujeto al articulado de la Ley de Comunicación que rige en el Ecuador.

GENERALIDADES

- Las generalidades se centran en:
- Informar con veracidad, respeto e imparcialidad es uno de nuestros principios básicos.
- La investigación periodística sustentada en documentación veraz.

- www.elvocero.com.ec renuncia a la redacción soez, por ser impugnable. __ También renuncia a cualquier forma que incite al morbo, al sexismo, nudismo y pornográfico, porque no constituye ningún aporte al público lector.
- Todo mundo tiene derecho a la réplica, sin que esta tenga que ser ofensiva en contra del medio. La réplica es un Derecho Constitucional que tienen las personas frente a los medios de comunicación.

EL EJERCICIO PROFESIONAL

- Defender el derecho de acceso a la información.
- Respetar y defender el derecho a la expresión.
- La rectificación de las informaciones o noticias consideradas como erróneas tienen que corregirse de manera inmediata en la siguiente circulación.
- Los reportajes de otras personas, salvo que sea una **REPRODUCCIÓN SOLICITADA**, con la debida firma de responsabilidad del solicitante, se podrán tomar en consideración.
- No se recibirán denuncias verbales de personas que afecten a la honra de los demás.
- Respetar y defender el ambiente.
- El linchamiento mediático es rechazado en todas sus formas en contra de personas de cualquier naturaleza.
- Es nuestro deber respetar la presunción de inocencia.
- Respetar el derecho a preservar la fuente de información.

Anexo 8. Datos preliminares del medio de comunicación digital El Vocero.
Tomado de: www.elvocero.com.ec

ENTREVISTA

Nombres: María Teresa Flores

Directora del medio de comunicación digital "El Vocero"

Tema: Difusión de contenidos culturales.

1. ¿Qué puede indicar sobre la creación del medio de comunicación digital y su función como directora del mismo?

El medio se creó el 21 de agosto del 2018, como directora estoy a cargo de los contenidos que publican de la agenda noticiosa que tenemos como medio de comunicación. Y también estoy a cargo de hacer coberturas al campo y de redacción de contenidos que se emiten a través del medio.

2. ¿Porque decidió como periodista incursionar en un medio de comunicación digital?

La comunicación digital desde hace mucho tiempo iba ganando espacio. En algún momento iba a ser la forma principal en que la gente se informe por la reducción de la compra de periódico y por la inmediatez que genera este tipo de contenidos. Yo trabajé en prensa escrita y me gustó mucho ese tipo periodismo.

El periodismo digital permite fusionar diferentes modos de hacer periodismo tanto audiovisual como escrito y auditivo actualmente; me gustó mucho esa gama de oportunidades que ofrecía. Lamentablemente hacer periodismo en una ciudad como ésta genera muchas limitaciones. Uno tiene que crear sus propios espacios para poder informar a los demás, para hacerlo a su estilo y poder hacerlo bajo el criterio que uno considere. No hay tantos medios para trabajar aquí en la ciudad, hay espacios para muy pocos periodistas para que puedan trabajar y desarrollarse en los mismos.

3. El Vocero como medio de comunicación digital, ¿se alinea a los a los parámetros establecidos por la Ley Orgánica de Comunicación?

Sí, nosotros creemos que es positiva la Ley Orgánica de Comunicación, consideramos que es necesario que exista para que los medios de ese modo pueden respetar a cada una de las personas y los sectores sociales. Lamentablemente la autorregulación no siempre funciona; la ley permite que los medios entiendan que tienen límites y no por ser medios pueden publicar algo sin verificar, condenar a una persona, destruir imagen el derecho a la libertad de expresión.

Nosotros nos hemos apegado mucho a un lenguaje positivo damos espacio a todos los sectores y más que nada consideramos que es importante promover la equidad de género la igualdad generar espacios a las personas con discapacidad a todos los grupos históricamente marginados y esta ley genera que los medios den ese espacio que anteriormente no se le daba porque no se le consideraba importante. Entonces Ley de Comunicación es positiva porque de algún modo los medios que no nos creemos dueños de la verdad. Entendemos que la verdad hay que confirmarla y no solamente una sino varias veces.

Nosotros somos uno de los pocos medios que está registrado en el registro único de medios; nos registramos desde que salimos ese mismo año y el año pasado en marzo volvimos otra vez actualizar; En este 2020 también lo hicimos en marzo. Tengo entendido que sólo hay dos medios en la provincia registrados y nosotros somos uno de esos dos medios

4. ¿Qué tipo de contenido publica?

Básicamente información de noticias; noticias de interés nacionales, de Babahoyo y de la provincia de Los Ríos. También tenemos un espacio, para información deportiva, cultural cine y actualidad. Todo en el marco del respeto nada sensacionalista. Por lo general publicamos todo tipo de contenidos al tema cultural, inclusive soy miembro de la Casa de la Cultura entonces hay un espacio fijo para ellos. Todo lo que envían como información se publica en agosto que es el mes de las Artes.

5. ¿Cuántas y cuáles son las secciones de información tiene el medio?

Noticias nacionales e internacionales, locales; tenemos un segmento dedicado al cine, a la actualidad, entretenimiento, deportes e intercultural

6. ¿Considera importante la difusión de contenidos culturales?

Sí. Es importante la difusión de contenidos culturales; debería darse espacio a la cultura en los medios porque de algún modo es importante que conozcamos, de dónde venimos, quiénes somos. Aquí en la ciudad se hace un esfuerzo para hacer teatro hay grupos que se reúnen a hacer danzas folklóricas y otras expresiones culturales; muchos pintores que exponen su trabajo varias veces al año y la ciudadanía no lo sabe. Los medios de algún modo pueden hacer que la ciudadanía acuda a estos espacios que se están abriendo que son nuevos.

7. En la sección intercultural ¿Cuántos post publica a la semana y por qué?

Por lo general publicamos de 1 a 2 post a la semana para cumplir porque el tema intercultural es un poco complejo más aquí en la ciudad conseguir este tipo de temas.

8. ¿Cuáles son los tipos de formatos multimedia que utiliza para la publicación de contenidos culturales?

Se utiliza el formato impreso y videos para entrevistas obviamente como no ha habido temas culturales no estado realizando.

9. Publicar este tipo de contenidos, ¿le ha generado algún tipo ventajas o desventajas para el medio? ¿Por qué?

Sí, porque hemos dado un espacio a un sector muy importante la ciudad en este caso la Casa la Cultura siempre nos ayuda con la emisión de contenidos. Tenemos esa correlación de apoyo mutuo, nosotros tenemos el espacio y ellos nos ayudan brindándonos el contenido para poderlo emitir.

10. ¿Cuál es el nivel de aceptación del usuario cuando el medio publica contenidos culturales?

Cómo los contenidos son de la ciudad tiene mucha aceptación porque por lo general son las personas de aquí mismo y eso lo hace que si alguien lo conoce o conoce su trayectoria, lo comparte y nos ayuda a difundir. Si son contenidos a nivel local tienen mucha aceptación si son de fuera por lo general no tanto porque no despiertan el interés del lector, pero si es local sí genera mucha expectativa, mucho entusiasmo por parte de la ciudadanía.

11. ¿Considera que se debería aumentar el número de publicaciones con temáticas culturales?

Sí debería incrementarse. Los medios de comunicación tienen que hacer un esfuerzo de brindar un espacio porque más que todo constituye un esfuerzo porque no es un segmento tan apetecido por la comunidad. Actualmente lo que les interesa a los medios es que la ciudadanía esté pendiente y sepa que ahí va a estar lo que quiere ver. Entonces hay que ir introduciéndose de a poco para que la gente lo apropie como que es algo que forma parte de la realidad de la sociedad conforme vayan generando más espacios; no de manera brusca porque no hay los recursos no hay la disponibilidad del tiempo para hacerlo.

Muchos medios digitales son una sola persona que está detrás entonces eso un poco limita las posibilidades de coberturas o publicaciones porque todo va en marco del tiempo, pero sí debería irse incrementando y aquí en la ciudad hay mucho que exponer hay una Casa de la Cultura que trabaja todo el año por hacer espectáculos todos los trece cantones de la provincia. Entonces yo creo que ellos han hecho merecedores que los medios le den ese ese espacio. Todos los años hay eventos culturales y hay que darles espacios. Es triste que los medios no generen ese espacio que se lo han ganado.

Anexo 9. Entrevista realizada a la Lcda. María Teresa Flores Montoya, directora del medio de comunicación digital El Vocero