



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**ANÁLISIS DE LA NECESIDAD DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN
DIGITAL QUE INFORME DIARIAMENTE LA AGENDA CULTURAL
COMPLETA DE GUAYAQUIL CON LA PROPUESTA DE CREACIÓN DE
ESTE ESPACIO**

Proyecto de grado que se presenta como requisito para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social.

Autores:

**Maite Fernanda Montaña González
Washington Geovanny Zaruma Parrales**

Tutor:

Lcdo. César Olivares

Guayaquil

Ecuador

Enero del 2012

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciado en Comunicación Social.

Tutor:

Lcdo. César Olivares

Guayaquil

Ecuador

Enero del 2012

APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de titulación sobre el tema: Análisis de la necesidad de un medio de comunicación digital que informe diariamente la agenda cultural completa de Guayaquil con la propuesta de creación de este espacio.

De los egresados:

Maite Fernanda Montaña González

Washington Geovanny Zaruma Parrales

De la Facultad de Comunicación Social

Guayaquil, de Enero del 2012

Para constancia Firman

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Los egresados de la Facultad de comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Señores Maite Fernanda Montaña González y Washington Geovanny Zaruma Parrales, dejan constancia escrita de ser autores responsables de la tesis presentada, por lo cual firman:

Maite Fernanda Montaña González

C.I.:092220748-5

Washington Geovanny Zaruma Parrales

C.I.:092518650-4

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación nos corresponde exclusivamente a nosotros; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

Maite Fernanda Montaña González

Washington Geovanny Zaruma Parrales

DEDICATORIA

A mi madre Sra. María Elena de Montaña por ser quien siempre me da el apoyo para caminar. A mi familia y amigos gracias.

Maite Montaña G.

A Dios sobre todas las cosas, a mi madre Bárbara Parrales por bendecirme con sus oraciones pidiéndole a Dios guía y entendimiento para continuar forjando mi futuro. Al Dr. Wilson Tenorio quien con sabios consejos me enseñaron el concepto de Superación, visión y esfuerzo, palabras motivadoras para culminar la carrera universitaria. A mi Familia y amigos. Gracias.

Washington Zaruma Parrales

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN.....	ii
ACTA DE RESPONSABILIDAD	iii
DECLARACIÓN EXPRESA.....	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DEL CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	ixx
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ixx
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
Planteamiento del problema.....	3
Ubicación del Problema en su contexto	3
Situación en conflicto	3
Causas del problema y sus consecuencias.....	4
Delimitación del problema.....	7
Formulación del problema	7
Evaluación del problema.....	8
Objetivos de la investigación	10
Justificación e importancia de la investigación.....	10

CAPITULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
Antecedentes del estudio	13
Fundamentación Teórica	14
La comunicación	14
Teoria de la Comunicación Cultural	15
Teoria de los Mass Media.....	16
Teoria Cultural	16
Cyber Cultura.....	17
Fundamentación Pedagógica	17
Medios de Comunicación y Web 2.0	20
Bada ancha y derechos de la Comunicación	22
Que es un Blog	28
Fundamentación legal	28
Hipótesis	28
Variables de la investigación	28
Variable independiente	28
Variable dependiente.....	28
Definiciones Conceptuales	29
CAPÍTULO III	32
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	32
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
Modalidad de la investigación	32
Tipo de investigación.....	32
Población y Muestra	33

Operalización de las variables.....	34
Instrumentos de investigación	35
Recolección de la información.....	35
Procesamiento de los datos y análisis	35
Criterios para la elaboración de la propuesta.....	36
Criterios para la validación de la propuesta	36
CAPÍTULO IV.....	37
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	37
LA ENCUESTA.....	37
CAPÍTULO V.....	41
PROPUESTA DE MEDIO DE COMUNICACIÓN (BLOG)	41
CAPÍTULO VI.....	42
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
Conclusiones	42
Recomendaciones	43
Bibliografía y citas.....	44
ANEXOS	446
ANEXO 1	4;Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 ENCUESTA PREGUNTA 1	38
TABLA 2 ENCUESTA PREGUNTA 2	39
TABLA 3 ENCUESTA PREGUNTA 3	40

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 PROPUESTA IMAGEN DEL BLOG VISTA DESDE LA WEB.....	41
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1	38
GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 2	39
GRÁFICO: 3 ENCUESTA PREGUNTA 3	40

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Comunicación Social

**“ANÁLISIS DE LA NECESIDAD DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN
DIGITAL QUE INFORME DIARIAMENTE LA AGENDA CULTURAL
COMPLETA DE GUAYAQUIL CON LA PROPUESTA DE CREACIÓN
DE ESTE ESPACIO”**

Autores:

Maite Fernanda Montaña González

Washington Geovanny Zaruma PARRALES

Tutor: Lcdo. César Olivares

RESUMEN

El propósito de este trabajo de investigación es observar e identificar las necesidades del público guayaquileño en cuanto a información cultural e implementar un medio de comunicación que permita a todos los interesados mantenerse al día en temas como los teatros, musicales, musimuestras, presentaciones de ballet, historia, literatura etc. Los medios de comunicación actuales no cuentan con espacios que den cobertura a eventos culturales; la programación se divide entre caricaturas violentas, novelas y noticieros que si incluyen alguna información cultural, esta no puede pasar de 30 segundos u 8 líneas. Debido a lo expuesto, se estudió la posibilidad de proponer la creación de un blog que funcione como boletín diario de información, ya que estos son muy ágiles y además muy consultados por el público joven y profesionales, además representa menor cantidad de gastos administrativos, de impresión e incluso menos tiempo para publicar los contenidos; esta teoría será defendida en el marco teórico del proyecto, haciendo notar lo importante que es tener una comunicación rápida y efectiva para el crecimiento de la comunidad artística de Guayaquil. Se utilizará el modelo exploratorio a través de la investigación de campo para recolectar datos que midan la información actual que reciben los ciudadanos y sentar las bases para la propuesta.

ABSTRACT

The purpose of this research is to observe and identify the public's needs in terms of Guayaquil cultural information and implement a communication medium that allows all stakeholders to keep up on issues such as theaters, musicals, musimuestras, ballet presentations, history, literature and so on. The media today do not have spaces that give coverage to cultural events, the schedule is divided between violent cartoons, novels and news that if they include some cultural information, it can not exceed 30 seconds or 8 lines. Due to the above, we studied the possibility of proposing the creation of a blog that functions as daily bulletin of information, as these are very agile and also very consulted by the young and professional, is also less administrative expenses, printing, and even less time to publish the contents, this theory will be defended in the framework of the project, noting how important it is to have a rapid and effective communication for the growth of the artistic community of Guayaquil. Exploratory model will be used by field research to collect data to measure the current information received by citizens and laying the foundations for the proposal.

INTRODUCCIÓN

La idea de creación de un medio de comunicación digital nace de la necesidad existente en el público guayaquileño de obtener información sobre cuando y donde se realizarán eventos de índole cultural o quienes se presentarán, biografías sobre los actores del quehacer del arte y la cultura nacional, etc.

Este indicio se obtuvo de un sondeo realizado en los espacios virtuales de comunicación, es decir en las redes sociales y sitios web, el cual reveló que no existe un medio de comunicación digital que publique diariamente la agenda cultural completa de la ciudad de Guayaquil.

El contraste existente entre esta necesidad de la gente y los contenidos de los medios de comunicación es abismal, puesto que los contenidos extremadamente violentos y la programación vacía dejan notar la poca información que existe sobre temas culturales.

Con este preámbulo se establece la introducción al porqué de la realización de este proyecto en el que se verán los aspectos detallados a continuación:

En el capítulo I veremos el problema en su desarrollo y entorno, la ubicación del mismo luego del pre análisis realizado en los sitios web y medios de comunicación convencionales, esperando encontrar las causas y efectos que se están causando el déficit de información cultural.

En el capítulo II, los autores de la investigación, se respaldarán de las bases científicas desde libros como el de Em Griffin, autor de “A first look at communication Theory” (Un vistazo a la teoría de la comunicación) que nos servirá de referencia básica en el área de la comunicación; y el de Stuart Hall en “**Cultural Critical Theory**”, en cuanto a comunicación cultural y sus teorías.

El tercer capítulo III aplicaremos herramientas de investigación, tales como encuestas a la población estudiantil de una institución de educación superior, que tienen como domicilio varios sectores de la ciudad y otorgarán una idea de la opinión en Guayaquil.

En el capítulo IV del proyecto, los autores detallan un análisis porcentual de las respuestas recibidas a la encuesta.

En el capítulo V, se muestra la propuesta del Blog como medio de comunicación digital, y el presentación exacta de este.

Y finalmente en el capítulo VI las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Ubicación del Problema en su contexto

El sondeo realizado en los espacios virtuales de comunicación, es decir en las redes sociales y sitios web, reveló que no existe un medio de comunicación digital que publique diariamente la agenda cultural completa de la ciudad de Guayaquil.

Existen varios medios de comunicación digital establecidos como páginas web o como blogs, dedicados al ámbito cultural, pero que solamente informan sobre los eventos que realizarán una o dos organizaciones en ese día o en esa semana. Además no existe una cobertura de estos eventos, sino solo la información de que habrá, quienes se presentarán, fechas y horarios.

La ciudad de Guayaquil posee un público ávido de información sobre programas culturales e instituciones que desean tener un espacio donde promocionar los programas que presentarán, además les gustaría que existiesen medios de comunicación que den cobertura a estos eventos para llamar la atención de cada vez más personas hacia este tipo de programaciones que revelan el quehacer de los artistas de la ciudad.

Situación en conflicto

El conflicto rescatado por los autores en el estudio y elaboración de este proyecto, es la necesidad existente en el público guayaquileño de obtener información sobre cuando y donde se realizarán eventos de índole cultural o quienes se presentarán, biografías sobre los actores del quehacer del arte y la cultura nacional, etc.

El contraste existente entre esta necesidad de la gente y los contenidos de los medios de comunicación es abismal, puesto que los contenidos extremadamente violentos y la programación vacía dejan notar la poca información que existe sobre temas culturales.

Tanto en los medios de comunicación convencionales, es decir, en la televisión, la radio y la prensa escrita; como en los medios modernos como los sitios web, existe un gran desabastecimiento de información sobre temas culturales que contrasta con el pedido de su público de saber que sucede en la agenda cultural del país y sobre todo de Guayaquil.

Causas del problema y sus consecuencias

Causas

Respecto de las causales de este conflicto los autores comparten la opinión que realizare Mauro Cebino (2011), quien en su cuenta digital dice: **Se trata de un “vicio” del periodismo nacional que encontramos**

también en la cobertura de otros temas o fenómenos: en el modo como se cubren las violencias urbanas, las protestas sociales o las problemáticas en torno a la juventud y muchos otros más. Para todos, de lo que se trata es de usar siempre titulares con tonos impactantes, reiterar terminología moralista, o imágenes que muestran la intensidad de dramas que deben inquietar a las audiencias y no ponerlos a pensar. Ante ello, se plantea una vez más el problema de la carencia de una agenda propia de los medios de comunicación para articular una información que basada en la investigación sea más rigurosa, profunda y continuativa.

Es así como los medios de comunicación están llenos de información morbosa y violenta y han dejado de percibir que a través de sus espacios se puede educar al público y brindarles información que los desintoxique de la zozobra que los rodea; no solo proveerles la noticia del momento y la imagen más impactante, que sugieren los estándares de rating.

Por lo expuesto los autores realizaron un árbol de problemas, para poder profundizar en las causas y efectos del problema, así como se refiere (Rey, 2003) “esta técnica, muy apropiada para los fallos de elementos o subconjuntos, nos permite construir secuencias lógicas de análisis y revisión de problemas y elaborar de esta manera, gamas de revisión/diagnóstico en diferentes niveles de intervención” (pág.162).

1. Los medios de comunicación emiten mensajes violentos sino morbosos sobre el acontecer nacional y mundial en todo momento.

2. A la mayor cantidad de personas, aunque les interesan los programas culturales, les llama mucho más la atención la violencia y el morbo al que los han acostumbrado los medio de comunicación.
3. La política y el futbol dan más rating que un musical.
4. Se mide todo por rating y no por el beneficio cognoscitivo que se puede aportar al consumidor de los mensajes transmitidos.
5. El público se ha hecho la idea preconcebida de que quien ve programas culturales es aburrido o tonto y prefiere ver una película de terror o acción.
6. Poca o nula cobertura de programas o eventos culturales a realizarse en la ciudad.

Consecuencias

Después de analizar el árbol de problemas, se pueden analizar los efectos que estas causas han prevalecido en el público guayaquileño, estas consecuencias son:

1. Un público acostumbrado a la violencia y a lo morboso y no muy dispuesto a cambiar de estilo a la hora de consumir información.
2. Si existen en exhibición una obra de teatro y una lucha libre, tiene más público la lucha libre.
3. Los medios de comunicación no están dispuestos a dejar de transmitir una película violenta por un cubrir un evento cultural, por temor de no alcanzar los niveles de rating deseados.
4. El público tiene cada vez menos conocimiento sobre temas de cultura general.
5. A las personas les da vergüenza decir que van a ver un musical o una obra de teatro.

6. Teatros y Plazoletas donde se presentan los artistas vacías por desconocimiento del público.

Delimitación del problema

Campo: Comunicación Social

Área: Comunicación Cultural

Aspecto: Insuficiencia de información sobre la agenda cultural de Guayaquil.

Tema: Análisis de la necesidad de un medio de comunicación digital que informe diariamente la agenda cultural completa de Guayaquil con la propuesta de creación de este espacio.

Problema: No existe un medio de comunicación que informe diariamente la agenda cultural completa de Guayaquil.

Delimitación espacial: Guayaquil, Ecuador

Delimitación temporal: Mayo de 2012

Formulación del problema

¿Cómo implementar un medio de comunicación que informe diariamente la agenda cultural completa de la ciudad a la población de Guayaquil?

La formulación del problema hace énfasis en que la propuesta no sea temporal, sino de manera continua, mejorando no solo los procesos de comunicación, sino también los conocimientos culturales de la población.

Evaluación del problema

Delimitado: Describe que este problema está inmerso dentro de la ciudad de Guayaquil, aunque permitirá establecer herramientas y medios de comunicación para un público ávido de información cultural en todo el país; los autores de la investigación, prefieren delimitar su investigación a una sola ciudad y a un solo sector, los moradores varias ciudadelas del norte de Guayaquil (Alboradas, Guayacanes, Sauces, Acuarelas del Río, Garzota, Vernaza Norte, Guayaquil, Adace, Ietel y Simón Bolívar).

Claro: Redactado todo el proceso de manera clara, precisa y concisa, relevando únicamente al problema en la investigación planteada y logrando encontrar los medios para que pueda ser aplicado por cualquier profesional de la comunicación que lea este trabajo.

Evidente: Los moradores de las ciudadelas entrevistados en el proceso, demostraron el interés ante el problema planteado, denotando la evidencia de la falta de un medio de comunicación que les brinde información sobre los eventos culturales realizados por diversas organizaciones en la ciudad.

Original: Una investigación de este tipo, conlleva a descubrir nuevos parámetros de competitividad dentro de los medios de comunicación y sus contenidos, a pesar de que exista una gran variedad. Lo original, repercute en la propuesta de implementar no solo la publicación de una

agenda cultural sino también la cobertura de los eventos y su transmisión en la web.

Relevante: Los autores al ser egresados de la comunicación social, consideran la relevancia de aplicar los conceptos y principios de lo aprendido en la FACSO, en nuevos espacios para la comunicación masiva donde no se haya implementado este modelo de educación de la forma de comunicación y de carrera universitaria. El público se verá beneficiado de poseer una guía estructurada de comunicación y un referente local de cultura, que repercutirá indudablemente en el desarrollo de nuevos talentos o espectadores.

Realidad social: El gobierno nacional, ha tratado de impulsar la competitividad, en el campo de la comunicación cultural, sin embargo el desinterés de los medios tradicionales por abrir el abanico a nuevas tendencias, ha impedido que la población obtenga programación con contenidos que incentiven sus intereses por el quehacer artístico nacional y local.

Factibilidad: Con la determinación de los autores del proyecto, y una baja inversión, el desarrollo de esta investigación se terminará aplicando. La factibilidad del proyecto está asegurada y se demostrará en el marco teórico que usando diferentes teorías de la comunicación y las nuevas tecnologías se puede crear el medio de comunicación referido.

Objetivos de la investigación

Objetivos generales

Obtenidos desde las variables de la investigación, los autores se refieren a dos principales objetivos que persigue la tesis en realización:

- Analizar la necesidad de un medio de comunicación que informe la agenda cultural de la ciudad de Guayaquil.
- Diseñar un Blog o Página web con el acontecer cultural de la ciudad como contenido.

Objetivos específicos

- Determinar cuáles son los medios de comunicación cultural existentes en la ciudad.
- Evaluar la forma actual que tienen de cubrir la información.
- Diagnosticar la efectividad que tienen dichos medios en el público.
- Socializar la propuesta de este proyecto.
- Determinar las formas incorrectas de comunicación cultural.
- Mejorar de manera sustentada las formas de presentar comunicación cultural al público guayaquileño.
- Crear el interés del público en el acontecer cultural y artístico de la ciudad de Guayaquil.

Justificación e importancia de la investigación

La realización de este análisis encuentra su justificación en los contenidos de los medios de comunicación, y en la falta de cobertura a

otros hechos no violentos que podrían ayudar a los consumidores en lugar de aterrorizarlos.

Los autores se refieren en particular al manejo televisivo de este fenómeno, porque creen fervientemente que es el que de manera especial amerita se lo mire con atención analítica.

Cuando se habla del papel que cumplen los medios de comunicación en la sociedad se mencionan dos alternativas. 1) Los medios son un reflejo de la realidad y 2) Los medios son generadores de la realidad.

Sin embargo, ambas alternativas coinciden en un punto: cualquiera que sea su papel, los medios son parte constitutiva del tejido social y de la construcción de los conceptos ciudadanos.

Entre estos conceptos se puede rescatar que actualmente existe una sana resistencia a la producción mediática de mala calidad sobre todo en el tratamiento de aquellos temas que directa o indirectamente afectan nuestras vidas; uno de estos casos es sin duda el tema de la violencia.

En Ecuador como en muchos otros países, los medios de comunicación, han hecho de la violencia un género informativo para el negocio comercial.

Así lo manifiesta el comentario de Mauro Cerbino en su artículo MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SOCIEDAD Y CULTURA, para la revista digital El Búho de Ecuador, que dice: **Convencidos de la enorme aceptación, medida con el rating, los productores de los canales de televisión llenan los noticieros de**

imágenes cruentas y crean programas ad hoc basándose en la espectacularización de las violencias para justificar de esta forma los rendimientos publicitarios. Es probable, en este sentido, que la mayor o menor noticiabilidad esté concebida vinculándola directamente a la presencia o menos de algún crimen. De ahí, se llega a distorsionar tanto los criterios que, hay quienes, en la televisión nacional, no duda en afirmar que siempre habrá nuevos capítulos de la vida real porque nunca desaparecen asesinatos, robos o violaciones. Este tipo de consideraciones contribuye a explicar el constante incremento del recurso televisivo del directo.
mcerbino@flacso.org.ec

De manera que se ha dejado de lado la cobertura de otros eventos que resulten menos perturbadores para los consumidores de los medios masivos y se los ha adaptado a la violencia cotidiana; dejando de lado el poder educador y recreador de los medios de comunicación.

Es por estos motivos que esta investigación pretende rescatar la real necesidad del público de entretenerse con temáticas distintas y sobre todo de la apertura que esta necesidad brinda al surgimiento de nuevos medios de comunicación y de nuevos espacios de opinión, que cumplan con estos requerimientos.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del estudio

La investigación se fundamenta en la teoría cultural establecida por Derek Lane(2001), quien unifica diferentes teorías en torno al contexto intercultural (entre ellas podremos encontrar la teoría crítica de Habermas, la de Deetz, los estudios críticos culturales o la teoría marxista). Y Em Griffin, autor de “A first look at communication Theory” (Un vistazo a la teoría de la comunicación), que habla de buena parte de teorías interculturales y de género.

Esta teoría sitúa a la comunicación dentro del contexto de la vida cotidiana, y por lo tanto, entiende a la cultura como una construcción de la comunicación, a través de la cual se crean y se desarrollan una serie de símbolos socialmente aceptados e históricamente transmitidos, por medio de los cuales, la realidad es producida y reproducida, en muchos casos en representaciones artísticas.

Con esto en mente los autores desean probar que la comunicación no solo informa sobre cultura sino que forma parte de ella y de sus manifestaciones sociales.

Fundamentación Teórica

La actual investigación está respaldada en la información de varios autores en sus libros, y de varios otros en sus blogs personales, estos se fueron referenciando adecuadamente y refirieron adecuadamente las variables observadas.

La comunicación

El eje principal de la investigación, es la comunicación, sin embargo, es una definición demasiado amplia, este tema afecta directamente sobre el capítulo teórico, pues iremos hacia la teoría de comunicar para hacer énfasis y diferencias principalmente con la información, que posteriormente usaremos para crear la guía estructurada de comunicación.

Pero entonces debemos coordinar primero que es la comunicación, en qué consiste y porque del proceso comunicativo.

(León, 2005) “La comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias” (p.11)

La comunicación constituye una de las muchas cualidades de los seres humanos, sin embargo es la decisiva en la etapa de la evolución que permite que se desarrolle y evolucione en sociedades que buscan satisfacer necesidades comunes y más aún, resolver problemas que afectan al conjunto llamado sociedad.

La naturaleza, ha delegado a varias especies la capacidad de comunicarse, y muchas de ellas han creado sociedades, pero ninguna más que la del hombre ha desarrollado pensamientos lógicos, libre albedrío, razonamiento y discernimiento de las situaciones que se van presentando en soledad y comunidad.

Para comunicarse se establecieron varios elementos intervinientes, entre ellos el lenguaje y la simbología, pero en términos generales el lenguaje incluye dos funciones según León (2005) “La cognoscitiva, que nos permite razonar, adquirir conocimiento y desarrollarlo, y la comunicativa, orientada hacia la transmisión de mensajes de toda índole”. (Pág. 13)

A pesar de ser tan evidente que la comunicación tiene una importancia relevante en el desarrollo sociocultural de la sociedad, en la mayoría de los medios de comunicación, estos principios se hacen de lado en el momento de programar o planificar sus contenidos, si bien es cierto, que el interés público es delimitante para estas decisiones, también es interesante saber que existen profesionales de la comunicación que pueden desarrollar excelentes formatos que hagan llamativos los contenidos culturales.

Teoría de la comunicación cultural

Entiende la comunicación como un medio a través del cual se transmite un mismo concepto común a un grupo de individuos, por lo que pasa a ser un saber compartido y que se transmitirá de generación en generación, manteniendo así las tradiciones de cada cultura, estableciendo de esta manera una serie de costumbres definidas y

entendidas como “lo normal”, rechazando lo proveniente de culturas de fuera.

Así es necesario establecer una “interculturalidad” que generará una serie de valores capaces de ser elegidos por cada miembro individualmente, y ser la llave para la entrada de otros valores culturales en una sociedad determinada, creando una sociedad dominada por diferentes estados de opinión y dominada por los Mass Media, que según Stuart Hall en “**Cultural Critical Theory**”, cree que éstos tienen la capacidad de entrar y formar parte de cada individuo, conformando diferentes sociedades culturales.

Teoría de los mass media

La comunicación es proceso de producción, y consumo de los textos mediáticos, conformando así las características de los medios de comunicación de masas, en los cuáles en las relaciones cooperativas entre pretende provocar impacto a través de técnicas como la persuasión, utilizada en publicidad. Éstas técnicas intentan llegar a la audiencia, creando su propio estilo y estableciendo así una sociedad gobernada por los grupos masivos, como los mass media que inculcarán valores en la sociedad .De esta manera los autores se inclinan por la teoría propuesta por *Chadwich* que define éstos valores “como los que corromperán la sociedad, volviéndola peligrosa y violenta”. Formándose así las divisiones raciales, culturales...que se presentarán por medio de la televisión, como formato persuasorio de ideas.

Teoría cultural

Esta teoría sitúa a la comunicación dentro del contexto de la vida cotidiana, y por lo tanto, entiende a la cultura como una construcción de la comunicación, a través de la cual se crean y se desarrollan una serie

de símbolos socialmente aceptados e históricamente transmitidos, por medio de los cuales, la realidad es producida y reproducida. En esta tradición importan los efectos de la comunicación, entendidos estos dentro del orden social. Por todo ello, puede decirse que en esta teoría sólo actúa un actor, cuyo comportamiento está basado en su imagen pública cuando se interactúa socialmente.

Por lo tanto, según estas ideas se desarrollan las distintas culturas que corresponden a distintas sociedades. En las últimas décadas, ha tenido lugar un fenómeno impulsado por el desarrollo de las tecnologías y de los medios de comunicación, lo que ha provocado que existan unas culturas predominantes (las occidentales) que son transportadas hacia los países en vías de desarrollo. Incluso dentro de una misma sociedad, los medios de comunicación imponen una ideología social dominante (**Cultural Critical Theory** de Stuart Hall).

Cibercultura

También es importante destacar la relevancia que tiene actualmente la *Cibercultura*. La cibercultura facilita la construcción de nuevas realidades históricas desde el punto de vista de los medios de entretenimiento y de las telecomunicaciones (cine, radio, internet...). Según D. Martí, esta teoría se puede estudiar desde dos prismas; el macro (“creación de un saber cambiante en base a las experiencias de los usuarios de las tecnologías de la comunicación”) o micro (“es la producción comunitaria sobre valores compartidos y reformados por la relación virtual- digital entre miembros de aquellas comunidades”).

Es muy poco lo que se ha dicho aún sobre comunicación multimedia en las aulas de clase y mucho menos en los libros educativos. Es por esto que los autores toman como referencia para este aspecto del proyecto dos artículos de José Rivera Costales, Director de Comunicación Multimedia de CIESPAL Ecuador; publicados en la página web de CIESPAL.

WEB 2.0 Y MEDIOS DE COMUNICACION EN ECUADOR

jrivera@ciespal.net

En el presente documento realizamos un breve diagnóstico de los portales de Internet de los medios de comunicación de Ecuador, su adaptación a las nuevas tecnologías, el uso de redes sociales y la respuesta de los usuarios a sus propuestas web.

La observación y seguimiento de los sitios de internet fue realizada en el periodo octubre de 2009 enero 2010, por lo que algunos aspectos han tenido una variación considerable.

Es importante conocer cómo los medios de comunicación del Ecuador se integran a esta nueva tendencia mundial, lo que permite conocer que tan preparados estamos y con cuanta responsabilidad se realiza el trabajo de comunicación en línea que facilita el acceso a la información de la sociedad ecuatoriana.

En la actualidad, las discusiones académicas, los negocios, las relaciones internacionales y las actividades humanas más cotidianas están centradas en la revolución de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), que favorecen enormemente el flujo de información y mejoran las posibilidades de comunicación humana. En este contexto,

la labor de los medios de comunicación tiene la gran responsabilidad de difundir información en formatos que estén acorde a esta realidad.

La transformación radical que sufren los medios de comunicación no llega hasta su esencia. Radio, Prensa y TV; conservan sus formas tradicionales de comunicación pero adaptan y unifican sus formatos a la dinámica de la nueva plataforma digital.

Manuel Castells ya advertía en su *Sociedad Red*, que Internet es un elemento aglutinador de toda la multimedia en donde el individuo interactúa, pregunta, critica o debate.

En este contexto, la presencia de los medios en Internet debe cumplir con ciertos requisitos básicos que permitan al visitante una interacción exitosa. Ramón Salaverría advierte que “se trata de un fenómeno que está reconfigurando la forma de hacer y entender el periodismo, y por extensión, el propio perfil de la información y de los periodistas”.

El trabajo en línea de los medios de comunicación y su convergencia hacia plataformas digitales es analizado a diario por especialistas, empíricos y blogueros hasta la saciedad, de todas esas experiencias solo los planteamientos que resisten las pruebas y la crítica van quedando como nociones y modelos a seguir.

Con esta construcción de paradigmas acelerada, el modelo más revolucionario y mejor estructurado es el que hizo Tim O'Reilly, en el año 2004 en su conferencia *Media Web 2.0*, donde planteaba la era de la web social o web 2.0, en referencia a la segunda etapa de desarrollo de las tecnologías de comunicación web; se refleja en el nacimiento de

comunidades, redes, blogs, wikis y folcsonomías que incentivan colaboración e intercambio de forma rápida.

Medios de comunicación y Web 2.0

En el vertiginoso mundo de Internet cada día se plantean nuevas teorías que para la tarde ya encuentran su ocaso, de allí que hemos intentado buscar parámetros amplios y generales para medir la integración exitosa o no de los medios de comunicación en el marco de la web 2.0.

Para el análisis revisaremos las ediciones web de algunos medios de Ecuador. Los parámetros de medición que usamos son extraídos del artículo "Internet: nuevos paradigmas de la comunicación", publicado en la revista Chasqui, Número 71 del autor español José Luis Orihuela.

Primer paradigma: Interactividad

Sistemas de feedback más dinámicos, inmediatos y globales, que paulatinamente se transforman en mecanismos de encuestas online, donde el usuario puede opinar y ser parte de la construcción de la noticia.

Segundo paradigma: Personalización

El viejo sueño de la información a la carta se hace realidad, pero no sustituye las bondades del "menú del día", clásica oferta de los medios masivos generalistas.

Tercer paradigma: Multimedialidad

La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte.

Cuarto paradigma: Hipertextualidad

Este nuevo paradigma discursivo tiene la virtualidad de dotar a la escritura y a la lectura de un modelo estructural muy próximo al del pensamiento, que funciona por procesos asociativos y no de modo lineal.

Quinto paradigma: Actualización

Una nueva temporalidad mediática caracterizada por la velocidad y la obsesión de inmediatez.

Sexto paradigma: Abundancia

Los medios digitales también trastocan el argumento del recurso escaso, ya que multiplican los canales disponibles, transmitiendo mayor cantidad de información en menor tiempo y a escala universal

Séptimo paradigma: Mediación

La mediación profesional de los comunicadores en los procesos de acceso del público a las fuentes y a los propios medios.

Redes Sociales

Y aunque no consta en la propuesta de Orihuela tomaremos en cuenta este aspecto novedoso de integración que permite a los medios

participar activamente en otros ámbitos de la Web 2.0 o web participativa.

LA BANDA ANCHA Y EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

Por José Rivera Costales

¿Qué es banda ancha?

Cuando hablamos de banda ancha en telecomunicaciones, nos referimos a la transmisión de datos de manera simultánea con velocidades que superan los 1544 Kbps. Otras definiciones la ubican como un canal de datos que supera el margen habitual de transmisión de información que existe en un país. En Ecuador, se comercializan planes que van desde los 128 Kbps hasta planes que tienen velocidades de banda ancha real, que superan el 1 Mbps.

Definámosla de manera sencilla: una conexión a Internet que permite el envío y recepción de grandes cantidades de datos digitales en un corto lapso.

Acceso a banda ancha

El acceso a la banda ancha en nuestro país se viene incrementando gracias a algunas acciones puntuales del operador dominante: la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). Como ejemplo, podemos citar el incremento de la velocidad de la conexión en los abonados, sin que ello signifique un alza en el costo de la planilla que venían pagando por el servicio.

Esto ha impactado en los otros proveedores del servicio y ha hecho que también dupliquen la velocidad y mantengan los costos, este

beneficio se ha dado para quienes mantienen cuentas de banda ancha y para los nuevos clientes.

En algunos países, sobre todo los más desarrollados, la banda ancha no solo que es considerada como un servicio básico al nivel del transporte, la energía eléctrica y el agua potable, sino que se discute declarar el acceso a la banda ancha como un derecho.

Finlandia es un país pionero en cuanto a legislación de Internet, de ahí que proclamó en julio de este año que el acceso a Internet de banda ancha es un derecho para todos los ciudadanos. El límite para cumplir con este mandato es el año 2015 cuando habrá una conexión de 100Mbps. No significa que el servicio sea gratuito, sino que el precio debe ser razonable y las compañías están obligadas a llevar las conexiones a los hogares y oficinas, a pesar de que la penetración de Internet en ese país está por el 95%.

Banda ancha como derecho civil

Para las Naciones Unidas y la ITU, la agencia encargada de los asuntos de tecnologías de la información y la comunicación, el acceso a redes de alta velocidad debe ser considerado como "Un derecho civil básico".

El director de la agencia, Hamadoun Touré, hizo un llamado a los líderes del mundo para lograr que en el año 2015 más de la mitad de los habitantes del mundo tengan acceso a redes de banda ancha. Hizo este llamado convencido de que este acceso puede traer una verdadera transformación mundial, ya que generaría empleos, impulsaría el crecimiento y la productividad, y reforzaría la competitividad económica de los países, a largo plazo.

Internet es considerada por muchos líderes del mundo como la herramienta más poderosa para conseguir los objetivos del milenio de las Naciones Unidas. Es el año 2015 cuando se estableció el plazo de implementación y es eje transversal el acceso a las tecnologías de información y comunicación para potenciar la igualdad, educación, salud y el derecho a la información.

La recomendación más contundente de esta Comisión es que los países deben cumplir con "La implantación de banda ancha para todos", basados en estudios que relacionan directamente la penetración de la banda ancha con el crecimiento social y económico de las naciones.

El costo que enfrentan las sociedades que no impulsen una amplia cobertura de banda ancha para sus ciudadanos es demasiado alto, basta ver la disparidad que enfrentan los estudiantes que no pueden acceder y los que crecen y se educan integrados a las nuevas tecnologías.

El acceso a una conexión de banda ancha permite ejercer un derecho fundamental consagrado en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y del Ciudadano bajo el precepto de libertad de información.

El derecho a la información constituye un pilar del Estado de derecho y del sistema democrático, su cumplimiento ha estado ligado a la expresión dentro de los espacios destinados para el efecto en los medios tradicionales. Este derecho no es exclusivo de periodistas o comunicadores o empresarios de la comunicación, sino de toda persona sin importar su condición.

Derecho en Ecuador

En nuestro país se consagró el Derecho a la Comunicación dentro de la última Constitución de la República, un acto que se considera innovador y trascendental en el contexto internacional, ya que posibilita un ejercicio pleno de la democracia.

Permite, además, involucrar de forma activa a los ciudadanos en la toma de decisiones, en base una debida información a través de los medios de comunicación y otras alternativas que son posibles gracias a las nuevas tecnologías de información y comunicación.

El ejercicio de este derecho faculta a los ciudadanos a expresar sus puntos de vista, desde su diversidad y pluralismo y a informarse a través de los medios que considere convenientes sean estos tradicionales digitales o alternativos.

Si el derecho a la comunicación está garantizado desde el punto de vista legal dentro de la Constitución ¿Qué se hace en el ámbito de conectividad para que se ejerza?

El Ministerio de Telecomunicaciones de Ecuador ha reconocido la importancia que tiene la tecnología para el desarrollo social del país, de ahí viene ejecutando el Plan de Desarrollo Social e inclusivo que tiene cuatro ejes: conectividad, equipamiento, capacitación y aplicaciones de los contenidos en la vida cotidiana.

Desde el ente ejecutor consideran que no es suficiente proveer de equipos tecnológicos a la población, sino capacitar al ciudadano en el uso productivo de las TIC en las zonas rurales y marginales sin descuidar el aspecto fundamental de la conectividad y el acceso a Internet.

Uno de los temas más importantes dentro del plan es la educación: la meta es dotar hasta el 2012 a 10.000 aulas con acceso a Internet y equipamiento tecnológico, hasta el momento se han atendido a 2.500 escuelas con centros de cómputo.

Sin duda son grandes esfuerzos que posibilitan que niños que se educan en escuelas fiscales de nuestro país tengan acceso de alguna forma a las nuevas tecnologías y a las posibilidades de ejercer un derecho consagrado en la Constitución de la República.

Sin embargo, mucho queda por hacer para que ese gran porcentaje de la población que no tiene acceso a Internet pueda acceder por lo menos a una conexión básica.

Sería interesante replicar el crecimiento exponencial vivido con la telefonía celular que ya supera en el Ecuador el 100% de penetración por el número de líneas activadas en los operadores, si esto ocurriese en el acceso a Internet no solo que los ecuatorianos ejercerían de manera activa su derecho a comunicarse si no que también tendrían un mejor acceso a conocimientos y oportunidades laborales.

Es importante señalar que una conexión de alta velocidad permite a los ciudadanos acceder a servicios que potencian la comunicación desde herramientas 1.0 como el correo electrónico hasta la posibilidad de comunicarse con el mundo vía telefónica con Skype.

Caso aparte son las posibilidades de comunicarse a través de las redes sociales, en donde interactuamos con comunidades virtuales y somos capaces de establecer relaciones con gente de todo el mundo y en tiempo real.

En muchos países, el consumo de medios digitales va en aumento de manera vertiginosa, cada vez más personas leen periódicos, ven televisión y escuchan radio en Internet lo que les permite un consumo selectivo, personalizado y en horario diferido de los contenidos de su interés.

El usuario de las nuevas tecnologías que tiene acceso a una conexión de banda ancha no solo se limita a monitorear a los medios tradicionales sino que tiene interés por otro tipo de proveedores de contenidos como los blogs, foros, wikis que satisfacen sus necesidades investigativas e informativas.

En el mundo virtual los modelos de comunicación a los que estamos acostumbrados en los medios tradicionales quedan obsoletos ya que los niveles de interactividad a los que llegamos solo pueden ser enfrentados por un prosumidor, una persona con capacidad de producir y consumir contenidos como activo participante en lo que se debate o propone en Internet.

De ahí que solo una conexión con una velocidad decente permite las condiciones operativas para una correcta interacción con todas las infinitas posibilidades en la red.

Fue en el quinto foro de Internet que se realiza en Ecuador donde por primera vez empresas, usuarios e instituciones analizaron el impacto que pueden tener las nuevas tecnologías en un ámbito tan importante como lo es la comunicación.

Como usuarios debemos hacer un llamado a reconocer el acceso a banda ancha como un derecho civil básico y las comunicaciones como un Derecho fundamental de la sociedad ecuatoriana.

No solo los medios de comunicación sino todas las entidades públicas y privadas, así como universidades deben propender a defender este derecho para un libre acceso a la información.

De igual manera el Estado: nacional, local y regional, debe establecer campañas de alfabetización digital y sitios donde la población pueda acceder de manera gratuita: las bibliotecas deben ser centros digitalizados con banda ancha y conectividad wifi.

Se debe también exhortar a los miembros de la asamblea a que se establezca dentro de la Ley de Comunicación un apartado especial donde se impulse el ejercicio del derecho a la comunicación a través de los medios digitales.

¿Qué es un Blog?

Blog es una "abreviación" de Web Log, es un medio en el cual el autor puede escribir un diario en un sitio Web y proveerle a los lectores un lugar para responder u opinar.

Estos sitios, se están convirtiendo en un recurso muy valioso para la comunidad de desarrollo de software en especial, para compartir ideas.

En los blogs, se puede publicar lo que sea. Hay de la información mas variada, y muchísima información técnica de programación, arquitectura y demás.

Como existen miles de personas que publican y también muchas empresas que publican sus noticias en ese formato, se ha creado herramientas que permite a una persona suscribirse a lo que escriben personas que tratan temas similares a los que uno trata todos los días. Estos son programas (similares a lectores de correo), que permiten

consultar todas las noticias publicadas por personas, empresas, noticias, etc. suscribiéndome a diferentes sitios de noticias.

Esto permite estar al tanto de lo que publican otros y que me lleguen al momento que ellos lo publiquen sin tener que estar haciendo búsquedas en la red.

Una vez que una persona encuentra un grupo de personas que conversan de temas similares, pueden formarse buenas discusiones y mejorar a través del intercambio de ideas.

También existen sitios, en los cuales se hace la agregación de noticias y se pueden consultar a través del Web, como por ejemplo Bloggdigger (www.blogdigger.com) y Syndic8 (www.sindic8.com).

Con estas herramientas, se pueden crear comunidades virtuales, donde sea fácil publicar las opiniones de cada uno y también es fácil consultarlas.

Fundamentación legal

No existe un manual de reglamentos para la creación de un blog, por lo que no hay impedimento de la implementación de un medio de comunicación virtual como el propuesto. Por lo que los autores solo se referirán a la legalidad del proyecto en todo sentido.

Hipótesis

- Si se analiza la necesidad del público guayaquileño de tener un medio de comunicación digital que informe diariamente la agenda

cultural de la ciudad, entonces se sentarán las bases para la creación del mismo.

Variables de la investigación

- Con la implementación de un medio de comunicación será causa para la variable dependiente (efecto) que será la creación de un blog que presente la información que el público guayaquileño necesita. Se determinan las siguientes variables de la investigación:

Variable independiente

- Análisis de la necesidad de un medio de comunicación digital que informe diariamente la agenda cultural completa de Guayaquil.

CON LA PROPUESTA DE CREACIÓN DE ESTE ESPACIO

Variable dependiente

- Creación de un blog, que cumplirá con la función de informar diariamente al público que eventos culturales se realizarán en la ciudad.

Definiciones Conceptuales

Los autores, después de haber hecho una exposición del marco teórico de la investigación a realizarse, consideran importante dejar algunas definiciones:

Blog:

Blog es una "abreviación" de Web Log, es un medio en el cual el autor puede escribir un diario en un sitio Web y proveerle a los lectores un lugar para responder u opinar.

Multimedialidad:

La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte.

Interactividad:

Sistemas de feedback más dinámicos, inmediatos y globales, que paulatinamente se transforman en mecanismos de encuestas online, donde el usuario puede opinar y ser parte de la construcción de la noticia.

Personalización:

El viejo sueño de la información a la carta se hace realidad, pero no sustituye las bondades del "menú del día", clásica oferta de los medios masivos generalistas.

Hipertextualidad:

Este nuevo paradigma discursivo tiene la virtualidad de dotar a la escritura y a la lectura de un modelo estructural muy próximo al del pensamiento, que funciona por procesos asociativos y no de modo lineal.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El método científico constituye un mecanismo para acercar a los investigadores a la realidad, mediante las técnicas y procedimientos, se pueden crear criterios y evaluaciones como lo dicho por BUNGE (1959) “las ciencias difieren solo en las tácticas que usan para la resolución de sus problemas particulares, pero todas comparten el Método Científico”. (p. 23).

Modalidad de la investigación

Los autores encontraron que la modalidad a aplicarse es la de proyecto factible con investigación de campo, que consiste en la investigar, elaborar y el desarrollar una propuesta de un modelo operativo y viable para la resolución de un problema, que está claramente descrito en el capítulo uno. Según (Festinger & Katz, 1992)...la más importante diferencia reside en que en la investigación de campo se trata de estudiar una única comunidad o a un único grupo en términos de estructura social (pág.68).

Tipo de investigación

La investigación se aplica a una modalidad de campo, del tipo explorativa y descriptiva transversal, pues explora lo que está pasando y encuentra los componentes generales del estudio y descriptivo porque registra, analiza e interpreta la naturaleza y composición de los procesos o fenómenos para luego presentar una interpretación correcta.

Apoyados por los principios de (Sabino, 2005) que nos dice que los estudios de campo, nos lleva a recabar información de una forma

directa de la realidad mediante un trabajo concreto con los datos encontrados de primera mano, es decir en su forma original.

Además nos dice (Ferrer, 2005) que: “La investigación descriptiva transversal supone un corte en el tiempo para analizar, determinados aspectos y sacar conclusiones, sin fundamentar el procedimiento en la búsqueda de relaciones causa-efecto”. (pág.45).

Población y Muestra

Población

Según (Ramirez, 2004) la población es un subconjunto del universo, está conformado en atención a un número de variables que se van a estudiar, estas variables se hacen en particular a un grupo de personas, teniendo similares características que lo denotan de otro, en este caso los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social.

Muestra

Debido a que la población es de aproximadamente 2000 estudiantes, se deberá hacer la encuesta a una muestra clasificada según la siguiente fórmula:

Entendiendo que...

N= Población

n= Muestra

P.Q= Constante de varianza poblacional (0.25)

E= Error máximo admisible (0.05)

K= Coeficiente de corrección de error (2)

Tenemos que...

$$n = \frac{N \times P \cdot Q}{(N-1) (E/K)^2 + P \cdot Q}$$

De acuerdo con la población de 2000 personas y aplicando la fórmula de muestreo, se obtiene que la muestra será igual a:

$$n = \frac{2000 \times 0.25}{(2000-1) (0.05/2)^2 + (0.25)}$$

$$n = \frac{500}{(1999) (0.025)^2 + (0.25)}$$

$$n = \frac{500}{(1999) (0.000625) + (0.25)}$$

$$n = \frac{500}{1.249375 + (0.25)}$$

$$n = \frac{500}{1.274375}$$

$$n = 392.35$$

Muestra a ser tomada en cuenta para la realización de encuesta es de 392 personas.

Operalización de las variables

La definición operacional, está basada principalmente en los principios de los procedimientos, que nos indicarán si las variables están conceptualmente bien definidas. Los autores deben definir bien todos los

indicadores para realizar la recolección de los datos para que luego la información sea correctamente evaluada.

Instrumentos de investigación

La encuesta será necesaria para determinar los registros que debemos encontrar en la investigación, para tomar las decisiones de implementación como lo denota la variable independiente, la encuesta en lo que se refiere a determinar que intereses de comunicación tiene la gente y los medios convencionales no están cubriendo.

Recolección de la información

Todos los datos a tomarse en cuenta se recolectaron a través de las herramientas de la investigación, en este caso, la encuesta realizada, las preguntas acorde a las variables investigadas, permitirán medirlas y establecer criterios válidos.

Procesamiento de los datos y análisis

Los datos serán procesados en el programa estadístico SPSS, que maneja también gráficos donde podemos apreciar los resultados de una manera más clara y sencilla. Los análisis se los hará aplicando la técnica descriptiva, así mismo se irá determinado los valores perimétricos porcentuales.

Criterios para la elaboración de la propuesta

El libro de metodología de la investigación Hernández, Fernández & Baptista hablan de la normas de elaboración, presentación y evaluación de los datos recolectados, los autores deben ser precisos en el momento de hacer la encuesta, para establecer la correcta implementación del proyecto factible, el tutor Lcdo. César Olivares, certificará que las encuestas cumplan con los parámetros requeridos, útiles y necesarios para la propuesta de la creación de un Blog, que cumpla las funciones de un medio de comunicación virtual que informe diariamente la agenda cultural de Guayaquil.

Criterios para la validación de la propuesta

Para emitir un criterio confiable, se utilizarán las herramientas de investigación que serán el aval de la propuesta realizada. El tutor validará la propuesta de la variable de medición.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

LA ENCUESTA

Los autores muestran los análisis y las interpretaciones de los resultados derivados del cuestionario realizado para la obtención de la información del estudio. El análisis de estadística descriptiva y la tabulación les permitió diferenciar varias oportunidades que serán oportunamente determinadas en las conclusiones de la investigación.

A continuación se presentan los gráficos con su respectiva interpretación o análisis para cada ítem, las preguntas respondidas por la población encuestada, fueron tomando en consideración la dimensión a la cual pertenece.

Se permitió buscar las variables necesarias para establecer la propuesta final del blog de comunicación cultural.

Los gráficos fueron hechos en tipo torta con tajadas porcentuales de las respuestas para poder tener una visualización más exacta de los resultados buscados en la investigación.

A continuación el análisis:

ENCUESTA PREGUNTA 1

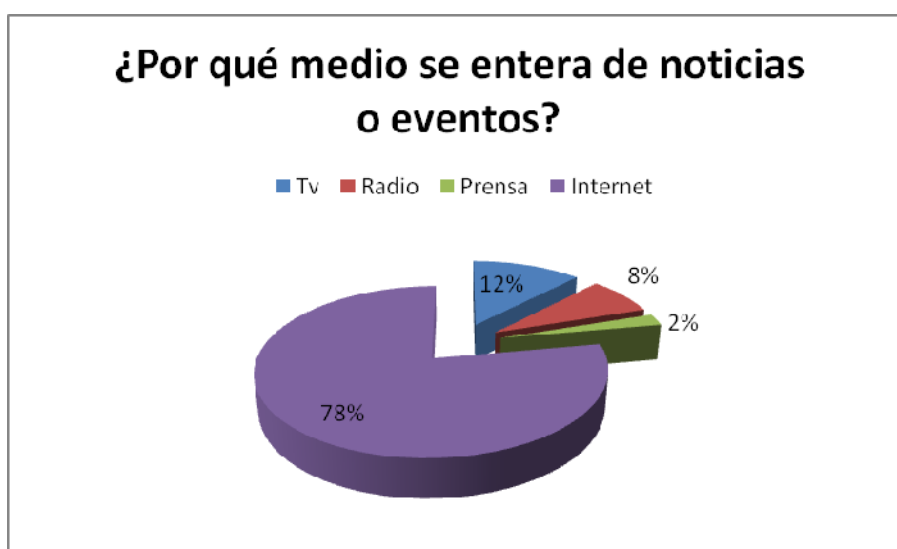
Tabla 1

¿Por qué medio se entera de noticias o eventos?

yi	ni	hi	hi %	Grados °
Tv	48	0,12244898	12,244898	44,0816327
Radio	30	0,07653061	7,65306122	27,5510204
Prensa	9	0,02295918	2,29591837	826,53%
Internet	305	0,77806122	77,8061224	280,102041
	392	1	100	36000,00%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Se puede notar fácilmente que la nueva tendencia de las personas a la hora de informarse es usar el internet y no es que otro tipo de medios de comunicación estén fuera de rango, las gente los usa mucho como medida de entretenimiento, pero el 78% de encuestados manifiesta que para mantenerse al día, el internet y las redes sociales son la opción idónea.

ENCUESTA PREGUNTA 2

Tabla 2

¿Sobre qué tipo de eventos culturales le gustaría obtener información con anticipación?

yi	ni	hi	hi %	Grados °
Teatro	128	0,32653061	32,6530612	117,55102
Danza	98	0,25	25	90
Musicales	54	0,1377551	13,7755102	49,5918367
Pintura	31	0,07908163	7,90816327	28,4693878
Sinfonica	39	0,0994898	9,94897959	35,81,63%
Libros	42	0,10714286	10,7142857	38,5714286
	392	1	100	36000,00%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO: 1



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En la pregunta 2 de la encuesta se plantea informar sobre eventos culturales y la no dar la opción ninguna de las anteriores, las personas siempre escogieron una opción; lo que da la clara conclusión de que sí están interesados en el ámbito cultural de la ciudad. Los eventos de este tipo casi siempre cuentan con poca audiencia por el desconocimiento de la misma sobre la realización de eventos.

ENCUESTA PREGUNTA 3

Tabla 3

¿Le gustaría que existiera un medio de comunicación digital que informe diariamente sobre la agenda cultural de Guayaquil?

yi	ni	hi	hi %	Grados °
Si	128	0,7755102	77,5510204	279,183673
No	88	0,2244898	22,4489796	80,8163265
	392	1	100	36000,00%

GRÁFICO: 3



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

El 78% de respuestas positivas, da la pauta a los autores de este proyecto, sobre la factibilidad del mismo.

La aceptación de la idea es indispensable para la viabilidad de un proyecto y esto lo que se obtuvo como resultado general de la encuesta.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE BLOG COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN CULTURAL



ILUSTRACIÓN 1

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los mensajes emitidos desde los medios de comunicación convencionales, no dejan nunca de ser los necesarios, son muy útiles al momento de informarnos, pero claramente hay una tendencia muy grande en cuanto a informarse por internet. Lo que hace que muchos medios de comunicación vuelquen sus esfuerzos para mantener audiencia hacia los sitios web. De ahí que ahora se encuentren en la web medios como, “Ecuaviza”, “Teleamazonas”, Radio “Rumba”, Radio “Antena 3”, Diario “Expreso”, Diario “El Universo”, etc.

De manera que es una excelente opción la propuesta de los autores de creación de un medio de comunicación digital u on-line.

Conclusiones

- La nueva tendencia de las personas a la hora de informarse es usar el internet y no es que otro tipo de medios de comunicación estén fuera de rango, la gente los usa mucho como medida de entretenimiento, pero el 78% de encuestados manifiesta que para mantenerse al día, el internet y las redes sociales son la opción idónea.
- Las personas sí se muestran interesadas en el ámbito cultural de la ciudad.
- Los eventos culturales tiene poca audiencia no por falta de interés del público si no por falta de conocimiento sobre la realización de los mismos.
- El 78% de respuestas positivas, da la pauta a los autores de este proyecto, sobre la factibilidad del mismo.
- La aceptación de la idea es indispensable para la viabilidad de un proyecto y esto lo que se obtuvo como resultado general de la encuesta.

Recomendaciones

- Se recomienda volcar los esfuerzos por captación de audiencias los sitios web, puesto que es un excelente referente de información rápida.
- Se recomienda mostrar información sobre una agenda cultural diaria y anticipada, para que el público tenga conocimiento de los eventos con anticipación y pueda planificar su asistencia.
- Se recomienda la creación de un medio digital cultural organizado de manera tal que la información con más aceptación sea encontrada primero.
- Se recomienda establecer los parámetros necesarios para obtener conexiones con redes sociales y que de esa manera a quien interese obtenga día a día la información clasificada que necesite según sus aficiones.

Bibliografía y citas

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacionnal interna*. Madrid: Gesbiblo.
- Barkley, E., Cross, P., & major, H. (2005). *Collaborative learning techniques*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bonals, J., & Sánchez, M. (2007). *Manual de asesamiento psicopedagógico*. Barcelona: Editorial Graó.
- Cash, A. (2002). *Psicología para dummies*. Bogotá: Norma.
- Cohen, G. (1991). *La naturaleza de la función directiva*. Madrid: Díaz santos.
- El lenguaje de la vida. (s.f.). *Blog de el lenguaje de la vida*. Recuperado el 4 de noviembre de 2010, de Sitio web de comunicación: www.ellenguajedelavida.blogspot.com
- El Universo. (10 de septiembre de 2010). *El Universo*. Recuperado el 15 de Octubre de 2010, de Sitio web el periódico El universo: <http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1361A&m=2160>
- Ferrer, G. G. (2005). *Investigación comercial*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Festinger, L., & Katz, D. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós.
- García, J. (1998). *La comunicación interna*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (1998). *Principio de la administración moderna*. New York: Mc Graw Hill.
- León, A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: UMUSA.
- Longo, F. (2004). *Merito y flexibilidad*. Barcelona: Paidós.
- Marín, L. (1992). *Sociología de la empresa*. Madrid: Ibérico europea.
- Ramirez, T. (2004). *Cómo realizar el proyecto de investigación*. Caracas: Contexto editores.
- Rey, F. (2003). *Técnicas de resolución de problemas*. Madrid: FC editorial.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. En S. Robbins, *Comportamiento Organizacional* (págs. 571-579). México: Pearson.
- Sabino, C. (2005). *El proceso de la investigación*. Caracas: Panapo.

Shumpeter, J. (1976). Capitalism, socialism, democracy. En J. Shumpeter, *Capitalism, socialism, democracy* (págs. 132-133). New Jersey: George Allen & Unwin.

week, B. (1994). Council of communication management. *Bussines week*, 8.

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta

INSTRUMENTO: Dirigido a los Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, para analizar la necesidad de un medio de comunicación cultural en Guayaquil.

OBJETIVO: Consultar el criterio de personas que viven en la ciudad de Guayaquil, con edades de entre 17 y 40 años sobre la tentativa de consumir mensajes culturales.

INSTRUCTIVO: Lea detenidamente la pregunta y conteste con una sola alternativa de ser el caso, escriba el numero en el casillero de la derecha. Por favor no poner su nombre.

Fecha:

Sexo: H ___ M ___

Edad:

¿Por qué medio se informa sobre noticias o eventos?

Tv Radio Prensa Internet

¿Sobre qué tipo de eventos culturales le gustaría obtener información con anticipación?

Obras de teatro Exposiciones de pintura
Conciertos de la Sinfónica Presentación de obras literarias
Danza Musicales
Otros _____

¿Le gustaría que existiera un medio de comunicación digital que informe diariamente sobre la agenda cultural de Guayaquil?

Sí No