



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIATURA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS CULTURALES DEL NOTICIERO
TELEVISTAZO Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE
CONSUMO DE DANZA EN LA ESCUELA “INGE BRUCKMAN” EN
GUAYAQUIL EN EL 2019

AUTORA:

MICHELLE CONDE PÁRRAGA

TUTOR:

LCDO. TOMAS RODRIGUEZ CAGUANA MSC.

GUAYAQUIL, 2019



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIATURA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS CULTURALES DEL NOTICIERO
TELEVISTAZO Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE
CONSUMO DE DANZA EN LA ESCUELA “INGE BRUCKMAN” EN
GUAYAQUIL EN EL 2019

AUTORA: MICHELLE CONDE PÁRRAGA

TUTOR: LCDO. TOMAS RODRIGUEZ CAGUANA MSC.

LINEA DE INVESTIGACIÓN: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

GUAYAQUIL, 2019



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y
TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE
GRADUACIÓN**

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de los contenidos culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en la escuela Inge Bruckman en Guayaquil en el 2019.		
AUTOR(ES):	Conde Párraga Michelle Stephanie		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES):	Rodríguez Caguana Tomas		
INSTITUCIÓN:	Universidad De Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Comunicación Social		
GRADO OBTENIDO:	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	103
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comunicación, noticieros televisivos, contenidos culturales, opinión pública, industrias culturales, credibilidad de audiencia.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>¿Cómo influye el contenido de noticias culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en la escuela “Inge Bruckman” en Guayaquil en el 2019? Objetivo: analizar la influencia de contenidos culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública en el consumo de danza en la Escuela Inge Bruckman. Hipótesis: los factores que influyen en la información de noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre el consumo de la danza exponen escasos contenidos sobre las industrias culturales, y el no generar efectos persuasivos por parte de los medios en la opinión pública. Variables: contenidos culturales y opinión pública. Tipo de investigación: descriptivo. Diseño: no experimental-transeccional. Metodología: constructivismo. Técnicas: ocho técnicas que se dividen en cuantitativas y cualitativas. Muestra: no probabilística por cuota. Resultado: hipótesis comprobada. Propuesta: campaña de concientización denominada “EnseñArte”</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0980187520	E-mail: Michelle_conde@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Tomas Rodriguez Teléfono: 0995916408 E-mail: tomas.rodriquezc@ug.edu.ec		



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 21 de agosto del 2019

Lcdo. JULIO CÉSAR ARMANZA
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS CULTURALES DEL NOTICIERO TELEVISTAZO Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE CONSUMO DE DANZA EN LA ESCUELA INGE BRUCKMAN EN GUAYAQUIL EN EL 2019**, de la estudiante **CONDE PÁRRAGA MICHELLE STEPHANIE**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de **29** palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 10 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante **CONDE PÁRRAGA MICHELLE STEPHANIE** está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



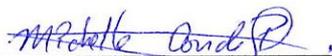
LCDA. WENDY VILLAMAR GUERRERO, MSC.
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. 0917812679



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO
NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Michelle Stephanie Conde Párraga con C.I. No. 0951937606, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título "Análisis de los contenidos culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en la escuela Inge Bruckman en Guayaquil en el 2019". Son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.



Michelle Stephanie Conde Párraga

C.I.:0951937606

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 12 de agosto del 2019

Lcdo. Julio César Armanza
Director de la carrera de Comunicación Social
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

CIUDAD-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de: "Análisis De Los Contenidos Culturales Del Noticiero Tevistazo Y Su Incidencia En La Opinión Pública Sobre Consumo De Danza En La Escuela Inge Bruckman En Guayaquil En El 2019.", Del estudiante Michelle Stephanie Conde Párraga, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

MSc. Tomás Rodríguez Caguana
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C.I. 0912602711



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 21 de agosto del 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado **WENDY VILLAMAR GUERRERO**, tutor del trabajo de titulación **ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS CULTURALES DEL NOTICIERO TELEVISTAZO Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE CONSUMO DE DANZA EN LA ESCUELA INGE BRUCKMAN EN GUAYAQUIL EN EL 2019**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **CONDE PÁRRAGA MICHELLE STEPHANIE**, con C.I. No.**0951937606**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **LCDA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, en la Carrera de Comunicación Social en la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

**LCDA. WENDY VILLAMAR GUERRERO, MSC.
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. 0917812679**

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi tutor Tomas Rodríguez, quien me brindo sus conocimientos para la ejecución de este proyecto. Además, a los docentes de la Facultad de Comunicación Social quienes fueron parte de mi formación académica. Y al público muestral de la Escuela de Ballet Inge Bruckman.

DEDICATORIA

Este proyecto quiero dedicarlo a Dios por haberme otorgado sabiduría, paciencia y responsabilidad para culminar con éxito este proceso, a mi padre Julio Conde y madre Nila Párraga por haber brindado sus apoyos incondicionales en cada semestre, además del sustento económico.

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	i
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	Error! Bookmark not defined.
.....	Error! Bookmark not defined.
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	iii
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	iv
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	v
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
Resumen	xv
.....	xvi
Abstract	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.	5
El Problema.	5
1.1. Planteamiento del Problema.	5
1.2. Formulación y Sistematización del Problema.	5
1.2.1. Formulación del Problema.	5
1.2.2. Sistematización del Problema.	5
1.3. Objetivos de la investigación.....	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.2. Objetivos Específicos.....	6
1.4. Justificación.	6
1.5. Delimitación.	7
1.6. Hipótesis.....	7
1.6.1. Detectación de las variables.....	7
1.6.2. Definición conceptual de las variables	7

1.6.3.	Definición real de las variables.....	8
1.6.4.	Definición Operacional de las variables	9
CAPITULO II.	10
2.	Marco Teórico	10
2.1.	Antecedentes de la Investigación	10
2.2.	Fundamento Teórico	12
2.2.1.	Comunicación.....	12
2.2.2.	Noticieros televisivos	14
2.2.3.	Contenidos Culturales	17
2.2.4.	Opinión pública	20
2.2.5.	Industrias Culturales.....	22
2.2.6.	Industrias Culturales Lingüísticas	24
2.2.7.	Efecto persuasivo de los medios en la opinión pública	26
2.2.8.	Nuevas bases teóricas de los contenidos culturales y la opinión pública.....	27
2.3.	Marco Contextual.....	30
2.4.	Marco Conceptual	31
2.5.	Marco Legal.....	32
CAPÍTULO III.	34
3.	Marco Metodológico y Análisis de resultados	34
3.1.	Tipo de investigación.....	34
3.2.	Diseño de la investigación	34
3.3.	Metodología	34
3.4.	Técnicas de Investigación.....	34
3.5.	Población y Muestra.....	35
3.6.	Análisis de resultados.....	36
3.6.1.	Comprobación de hipótesis.....	64
CAPÍTULO IV.	65
4.	Diseño de la propuesta	65
4.1.	Propuesta Campaña de concientización “ENSEÑARTE”	65
4.2.	Objetivos de la propuesta	65
4.2.1.	Objetivo general.....	65
4.2.2.	Objetivos específicos de la propuesta.....	65
4.3.	Planeación estratégica de la propuesta	65
4.4.	Presupuesto de la Propuesta	67
4.5.	Modelo de socialización de la propuesta.....	70
4.6.	CONCLUSIONES	72

4.7. RECOMENDACIONES	73
Bibliografía:	74
Bibliografías Complementarias	77
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Definición operacional de las variables	9
Tabla N° 2: El framing a lo largo del proceso comunicacional (Arugute; Koziner, 2014, p.137)	15
Tabla N°3: Sectores de «cultura y ocio» incluidos y excluidos en este estudio. (Santos, 2014.P. 70)	18
Tabla N° 4: Factores explicativos de las actitudes hacia el castigo (Aizpurúa, 2015, p.8).....	20
Tabla N° 5: Composición de la Opinión pública. (Vilar, 2013, p.166)	21
Tabla N° 6: Sectores de actividad cultural y creativa. (Solís Et. al, 2016, p.149).....	22
Tabla N°7: Desarrollo local y pyme en el sector cultural en Santiago de Cali. (Barona; Medina, 2017, p.39)	23
Tabla N°8: Sección de sub-portal indígenas en E-México (Pérez, 2016, p.8).....	25
Tabla N°9: Revistas por área temática general. (Santillán, Et Al. 2017, p. 8)	25
Tabla N°10: Las influencias de la opinión pública sobre los políticos y los medios de comunicación. (Barbero, Et Al. 2016, p.16).....	27
Tabla N°11: Especialización y calidad de los contenidos. (Rodríguez, 2018, p. 14)....	28
Tabla N°12: Proceso cultural. (Miranda, 2018, p. 26).....	29
Tabla N°13: Tipos de contenidos culturales	36
Tabla N°14: Nivel de Contenidos en Noticiero.....	37
Tabla N°15: Contenidos de danza	38
Tabla N°16: Relación con otros noticieros.....	39
Tabla N°17: Satisfacción de televidente	40
Tabla N°18: Satisfacción del televidente.....	41
Tabla N°19: Expectativas culturales	42
Tabla N°20: Narrativa de la danza.....	43
Tabla N°21: Discriminación a la profesión.....	44
Tabla N°22: Apoyo al arte por los medios	45
Tabla N°23: Aceptación en la sociedad	46
Tabla N°24: Medios de comunicación y apoyo al arte.....	47
Tabla N°25: Emigración del bailarín	48
Tabla N°26: Elección de contenidos informativos	49
Tabla N°27: La danza relevante para la sociedad.....	50
Tabla N°28: Información por medio de Televistazo	51
Tabla N° 29: La danza como carrera profesional	52
Tabla N° 30 : Credibilidad en noticiero.....	53
Tabla N° 31: Noticias contrastadas.....	54
Tabla N°32: Preferencias audiovisuales	55
Tabla N°33: Espectador activo	56

Tabla N°34: Información cualificada.....	57
Tabla N°35: Consumidor de programas.....	58
Tabla N°36: Reestructuración de programas.....	59
Tabla N°37: Medios de comunicación.....	60
Tabla N°38: La danza como tema de interés.....	61
Tabla N°39: Desvalorización.....	62
Tabla N°40: Motivación para los espectadores.....	63
Tabla N°41: Planeación estratégica de la propuesta.....	66
Tabla N° 42: Presupuesto de la Propuesta.....	67
Tabla N°43: Análisis de los contenidos culturales del noticiero Televistazo.....	68
Tabla N°44: Modelo de socialización de la propuesta.....	70
Tabla N°45: Definición Operacional de las variables.....	85
Tabla N°46: Tipos de contenidos culturales.....	86
Tabla N°47: Nivel de contenidos culturales.....	86
Tabla N°48: Escala de Valoración.....	86
Tabla N°49: Escala de Valoración.....	87
Tabla N°50: Escala de Valoración.....	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Rating noticieros entre los horarios de 19h00 a 21h00. Lunes 12 de octubre GECA. (Ordoñez, 2016, p. 18).....	16
Gráfico N°2: Clasificación de contenidos de la televisión de Ecuador. (Campos, 2015, p. 124).....	19
Gráfico N°3: Tipos de Contenidos Culturales.....	36
Gráfico N°4: Nivel de Contenidos en noticiero.....	37
Gráfico N°5: Contenidos de danza.....	38
Gráfico N°6: Relación con otros noticieros.....	39
Gráfico N°7: Satisfacción del televidente.....	40
Gráfico N°8: Lenguaje Artístico.....	41
Gráfico N°9: Expectativas culturales.....	42
Gráfico N°10: Narrativa de la danza.....	43
Gráfico N°11: Discriminación a la profesión.....	44
Gráfico N°12: Apoyo al arte por medios de comunicación.....	45
Gráfico N°13: Aceptación en la sociedad.....	46
Gráfico N°14: Medios de comunicación y apoyo al arte.....	47
Gráfico N°15: Emigración del Bailarín.....	48
Gráfico N°16: Elección de contenidos informativos.....	49
Gráfico N°17: La danza relevante para la sociedad.....	50
Gráfico N°18: Información por medio de Televistazo.....	51
Gráfico N°19: La danza como carrera profesional.....	52
Gráfico N°20: Credibilidad en noticiero.....	53
Gráfico N°21: Noticias contrastadas.....	54
Gráfico N°22: Noticias contrastadas	55
Gráfico N°23: Espectador activo.....	56
Gráfico N°24: Información cualificada.....	57
Gráfico N°25: Consumidor de programas.....	58
Gráfico N°26: Consumidor de programas.....	59

Gráfico N°27: Medios de comunicación	60
Gráfico N°28: La danza como tema de interés	61
Gráfico N°29: Desvalorización	62
Gráfico N°30: Motivación para los espectadores	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Escuela de ballet Inge Bruckman, Teatro Centro de Arte. (Tomada de la página web oficial).....	30
Figura N° 2: EnseñArte.....	71
Figura N°3: Aprende sobre la danza.....	71
Figura N°4: Escuela de ballet Inge Bruckman.....	81
Figura N° 5: Escuela de ballet Inge Bruckman.....	81
Figura N°6: Escuela de ballet Inge Bruckman.....	82
Figura N°7: Escuela de ballet Inge Bruckman.....	82
Figura N°8: Escuela de ballet Inge Bruckman.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Apéndice 1.- Certificado de Culminación del trabajo de Campo	79
Apéndice 2.- Certificado de validación académica	80
Apéndice 3.- Evidencia gráfica del trabajo de campo.....	81
Apéndice 4.- Cuaderno de trabajo	84



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

**“ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS CULTURALES DEL NOTICIERO
TELEVISTAZO Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE CONSUMO
DE DANZA EN LA ESCUELA INGE BRUCKMAN EN GUAYAQUIL EN EL 2019”**

Autor: Michelle Stephanie Conde Párraga

Tutor: Msc. Tomás Rodríguez Caguana

Resumen

Pregunta: ¿Cómo influye el contenido de noticias culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en la escuela Inge Bruckman en Guayaquil en el 2019? Objetivo: analizar la influencia de contenidos culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en la Escuela Inge Bruckman. Hipótesis: los factores que influyen en la información de noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre el consumo de la danza exponen escasos contenidos sobre las industrias culturales, y el no generar efectos persuasivos por parte de los medios en la opinión pública. Variables: contenidos culturales y opinión pública. Tipo de investigación: descriptivo. Diseño: no experimental-transeccional. Metodología: constructivismo. Técnicas: ocho técnicas que se dividen en cuantitativas y cualitativas. Muestra: no probabilística por cuota. Resultado: hipótesis comprobada. Propuesta: campaña de concientización denominada “EnseñArte”

Palabras Claves: Comunicación, noticieros televisivos, contenidos culturales, opinión pública, industrias culturales, credibilidad de audiencia.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

“ANALYSIS OF THE CULTURAL CONTENT OF THE TELEVISTAZO NEWS AND ITS
IMPACT ON THE ASSESSMENT OF PUBLIC OPINION IN THE USE OF DANCE IN
STUDENTS AND TEACHERS OF THE INGE BRUCKMAN SCHOOL”

Author: Michelle Stephanie Conde Párraga

Scientific advisor: Msc. Tomás Rodríguez Caguana

Abstract

Question: How is an influence of the content of the cultural news of the Televistazo news channel and its impact on the evaluation of public opinion in the use of dance in the students and teachers of the Inge Bruckman ballet school? Objective: to analyze the influence of cultural content on the Televistazo news and its impact on the evaluation of public opinion in the use of dance at the Inge Bruckman Ballet School. Hypothesis: the factors that influence on the information of cultural news in the Televistazo news and its impact on the valuation of public opinion in the use of dance expose contents in the cultural industries, and this use generates persuasive effects by the media in public opinion. Variables: cultural content and public opinion. Type of research: descriptive. Design: non-experimental-transectional. Methodology: constructivism. Techniques: eight. Sample: non-probabilistic by fee. Result: Hypothesis was proven. Proposal: to create an “EnseñArte”

Keywords: Communication, television news, cultural content, public opinion, cultural industries, credibility of audience.


Lcda. Yana Inzhivotkina
C.I.:0959126475

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación trata de la incidencia que tienen en los individuos a través del medio de comunicación Ecuavisa, en el noticiero Televistazo el cual transmite información sobre contenidos culturales de manera no constante, fomentando incredulidad sobre el arte y la danza. Es por ello que se lleva a cabo este trabajo con el fin de realizar una investigación a fondo sobre el arte de la danza.

En el capítulo I, el problema, se detalla el motivo por el cual se está llevando esta investigación dentro de la escuela de ballet Inge Bruckman del Teatro Centro de Arte, este estudio es importante porque la danza es un componente cultural que los ciudadanos deberían de tener presente; brindando su apoyo a las compañías de danza que existen en Guayaquil.

Este trabajo presenta como problema de investigación indagar como influyen los contenidos culturales y artísticos que transmiten en medios televisivos a los estudiantes y docentes de la Escuela de Ballet establecida. Debido a que varios medios de comunicación brindan informaciones irrelevantes, permitiendo que la sociedad establezca otros intereses. Por lo que los medios de comunicación como un ente que persuade a toda una sociedad, tiene la potestad de informar a los individuos y de motivar el arte y la cultura.

El principal objetivo de esta investigación es analizar la influencia de los contenidos de las noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en los estudiantes y docentes de la Escuela de Ballet Inge Bruckman.

En el presente trabajo se indica que es novedoso puesto a que analiza cómo ha influido la información que transmite el noticiero Televistazo en los estudiantes de la escuela de danza, ya que no existen investigaciones previas por lo que nace la iniciativa de realizar esta investigación para mostrar a la sociedad los resultados verídicos sobre los contenidos culturales que se transmiten en los programas informativos de la ciudad de Guayaquil.

Las actividades artísticas y culturales sufren un retraso de reconocimiento y desvalorización por la sociedad, no poseen información sobre la danza que se maneja en Guayaquil desde hace muchos años. Los medios de comunicación son las herramientas más poderosas que existen para influenciar a los seres humanos, y es que por medio de los noticieros o programas informativos al parecer hay una ausencia de contenidos culturales con relación a cualquier tipo de danza.

La comunicación es lo esencial para todo ser humano, permite establecer relaciones óptimas con otras personas con el fin de intercambiar ideas, sentimientos y pensamientos que es lo necesario para obtener una buena relación interpersonal. La comunicación en masa se puede observar en los medios donde difunden información a toda una nación. Sin embargo, hay personas que no tienen conocimiento de que a través de la danza se puede comunicar, ya que por medio de los movimientos se expresan mensajes para llegar al espectador.

Los contenidos culturales que generan las industrias culturales o en algunas ocasiones los mismos medios de comunicación, se realiza con el objetivo de enseñar y educar a la sociedad para que estos tengan noción acerca de estos temas artísticos. Y la misma ciudad consume y a la vez apoya todos los artes que se desarrollan en ella.

Por otra parte, la opinión pública que nace o surge a raíz de lo que las personas observan en los medios televisivos y que sean de interés público, es allí donde empiezan a establecer criterios u opiniones y los comparten en su entorno social.

En todo caso, la opinión pública siempre tiene inclinación hacia algún tema, y partiendo de eso empieza al apoyo fundamental sobre lo que se manifiesta, es decir, se da un rotundo apoyo sobre lo que pensamos y lo transmite en acción.

Sin embargo, las nuevas bases teóricas de los contenidos culturales y la opinión pública establecen que tienen una relación directa, debido a que es un proceso en el que se somete al espectador y que va a tener una repercusión en él.

En el capítulo tres, Marco Metodológico y Análisis de Resultados quedan estipulado varios parámetros que sirvieron de guía para la realización del estudio de campo hacia el público muestral de la escuela de ballet Inge Bruckman del Teatro Centro de Arte, y los instrumentos utilizados que permitieron ejecutar la comprobación de hipótesis.

Esta investigación aplica un diseño de investigación *no experimental-transeccional*, puesto a que no se modifican, ni se manipulan las variables para el análisis de contenidos culturales en el noticiero Televistazo y el tiempo en el que se desarrolla el estudio es un plazo de 5 meses.

El tipo de investigación usado en el estudio es descriptivo, porque desglosa, analiza y describe detenidamente las variables, contenidos culturales y opinión pública, e indicadores. Las cuales destacan las primordiales características que estructuran este estudio.

La metodología que se utilizó fue la escuela filosófica de constructivismo porque asume la relación entre sujeto y el objeto ya que este construye a partir del conocimiento definiciones más amplias e incluso aborda y concluye con nuevas percepciones sobre contenidos culturales en medios de comunicación.

Las técnicas usadas en este trabajo para el desarrollo del trabajo de campo fueron ocho, las mismas que estuvieron establecidas entre cualitativos y cuantitativos para realizar la verificación de los resultados que garantice la fiabilidad.

Por medio de esta herramienta fue como se llegó a la comprobación de hipótesis, determinando así que el noticiero Televistazo del medio de comunicación Ecuavisa, no transmite contenidos culturales basados en la danza de manera constante, ocasionando en los ciudadanos la falta de conocimiento e información de este arte y al no apoyar a los artistas consumiendo directamente desde los teatros.

Luego de realizar el estudio de campo en la Escuela de ballet Inge Bruckman y analizar los resultados, emerge la propuesta denominada “*EnseñArte*”, una campaña de concientización con el fin de capacitar, educar e informar a los jóvenes y a los padres de familia sobre el valor del arte, la danza y la cultura. Esta campaña se llevará a cabo en una unidad educativa en la ciudad Guayaquil.

Además, “para culturizarte” siendo el slogan de este proyecto, deja las expectativas a que obtendrán varias concepciones sobre la danza clásica e incluso en como la sociedad podría llegar a brindar su apoyo para que se desarrolle de una manera óptima en esta ciudad.

La propuesta va dirigida totalmente para todos los estudiantes de esta unidad educativa, se basará en dar charlas que estarán a cargo de especialista con respecto a la danza clásica, la narrativa del ballet, la comunicación que transmite la danza, los medios de comunicación entre otros temas relevante relacionados con el arte.

Con el objetivo de fortalecer el conocimiento de industrias culturales con respecto a la danza por medio de la formación académica en los estudiantes y socializar los temas con los especialistas en tema de arte y cultura.

Los medios de comunicación son herramientas vitales para informar de lo que acontece en la sociedad y poder influir en ellos. Es por eso que se establece esta campaña para desarrollar una sociedad culta que valore todas las actividades artísticas; que los medios brinden total apoyo a los artistas e industrias culturales que crean espacios para entretener a los individuos. Y lo relevante de todo este proyecto, es que consuman danza de manera frecuente.

CAPÍTULO I.

El Problema.

1.1. Planteamiento del Problema.

La danza profesional en Latinoamérica los últimos años ha sufrido un retroceso de reconocimiento y desvalorización por parte de la sociedad, hecho que provoca, junto a otros factores, la aminoración del éxito en bailarines que, estos a su vez opten por buscar mejores oportunidades en países Europeos y Norte Americanos.

En Ecuador existen varias ciudades en las que se desarrolla la danza profesional; Quito es la que más se destaca ya que sus habitantes natales tienen mayor apreciación al arte y la cultura; en Guayaquil se podría relacionar la danza con cualquier tipo de baile, siendo un posible pensamiento por parte de la sociedad. En el medio televisivo, el noticiero Televistazo difunden gran variedad de noticias informativas para la comunidad, entre ellas están las noticias políticas, sociales y culturales con el fin de llegar a los espectadores e informarles los últimos acontecimientos.

1.2. Formulación y Sistematización del Problema.

1.2.1. Formulación del Problema.

¿Cómo influye el contenido de las noticias culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en los estudiantes y docentes de la escuela de ballet Inge Bruckman?

1.2.2. Sistematización del Problema.

1. ¿Qué teorías sociales relacionan el consumo de contenidos culturales en medios televisivos?
2. ¿Cuáles son los métodos y técnicas que se desarrollan en los medios de comunicación para brindar información acerca del arte y la cultura?
3. ¿Cuál es la situación sobre la información de la danza en los medios televisivos actualmente?
4. ¿Cuáles son los esquemas que se utilizarían para ejecutar un plan comunicacional que permitan la difusión de información constante sobre contenidos culturales en el noticiero de Televistazo?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar la influencia de los contenidos de las noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en los estudiantes y docentes de la Escuela de Ballet Inge Bruckman del Teatro Centro de Arte León Febres Cordero.

1.3.2. Objetivos Específicos.

1. Fundamentar las teorías sociales relacionadas al consumo de contenidos culturales en medios televisivos.
2. Determinar los métodos y técnicas que se desarrollan en los medios de comunicación para brindar información acerca del arte y la cultura
3. Diagnosticar la situación sobre la información relevante de la danza en los medios televisivos.
4. Realizar una campaña de concientización en instituciones públicas que estén dirigidas totalmente a los estudiantes y padres de familia, con el fin de brindar información sobre contenidos culturales enfocado a la danza.

1.4. Justificación.

Esta investigación es importante para los guayaquileños porque la danza es un componente cultural que los ciudadanos deberían de conocer y estar inmerso a este tema para generar un apoyo a las compañías de danza en los teatros y no se conceptualice como una actividad despreciable.

La relevancia de este estudio, radica en que los estudiantes, de la escuela Inge Bruckman, finalizan sus ciclos educativos y no encuentran un lugar estable para ejercer la profesión, por lo tanto, estas personas optan por migrar a países desarrollados en donde sí puedan ejecutar sus conocimientos.

Este estudio se presenta novedoso puesto a que analiza cómo ha influido la información que transmite el noticiero Televistazo en los estudiantes de la escuela de danza, ya que no existen investigaciones previas tomando en cuenta a esta unidad de observación.

1.5. Delimitación.

Esta investigación que lleva el siguiente nombre, “Análisis de los contenidos culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la valoración de opinión pública en el consumo de la danza en los estudiantes y docentes de la Escuela de Ballet Inge Bruckman del Teatro Centro de Arte León Febres Cordero”.

Las ciencias que se utilizarán para este estudio son:

- La antropología: Porque se analiza a los individuos en el contexto cultural y social.
- La etnografía: porque es un método de investigación que consiste en observar las prácticas culturales de los grupos sociales.

1.6. Hipótesis.

Los factores que influyen en la información de noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de la danza en los estudiantes y docentes de la Escuela de Ballet Inge Bruckman del Teatro Centro de Arte León Febres Cordero exponen escasos contenidos sobre las industrias culturales, y no generan efectos persuasivos por parte de los medios en la opinión pública sobre estos temas.

1.6.1. Detectación de las variables

- a) Contenidos culturales
- b) Opinión pública

1.6.2. Definición conceptual de las variables

En el artículo, *Dramas coreanos en Colombia: una reflexión desde sus contenidos y otras formas de narrativas. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, establece lo siguiente:

[...] “En ese punto se hace necesario comprender que desde el aspecto semiológico los **contenidos culturales** se transmiten teniendo en cuenta la interacción de códigos y signos para la producción de significación; y como referencia al signo que al cruzarse con las estructuras semánticas de una cultura”. (Zarco, 2016, p. 405)

En el documento, *Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación*, expresa lo siguiente:

[...] “**La opinión pública**, en una democracia de calidad, es en realidad opinión pública crítica, deliberativa y reflexiva, para la cual se requiere de un espacio en donde la ciudadanía ‘cuente con recursos suficientes para pronunciarse sobre las cuestiones políticamente relevantes’”. (Gozálvez; Contreras cit. a Greppi, 2014, p. 135)

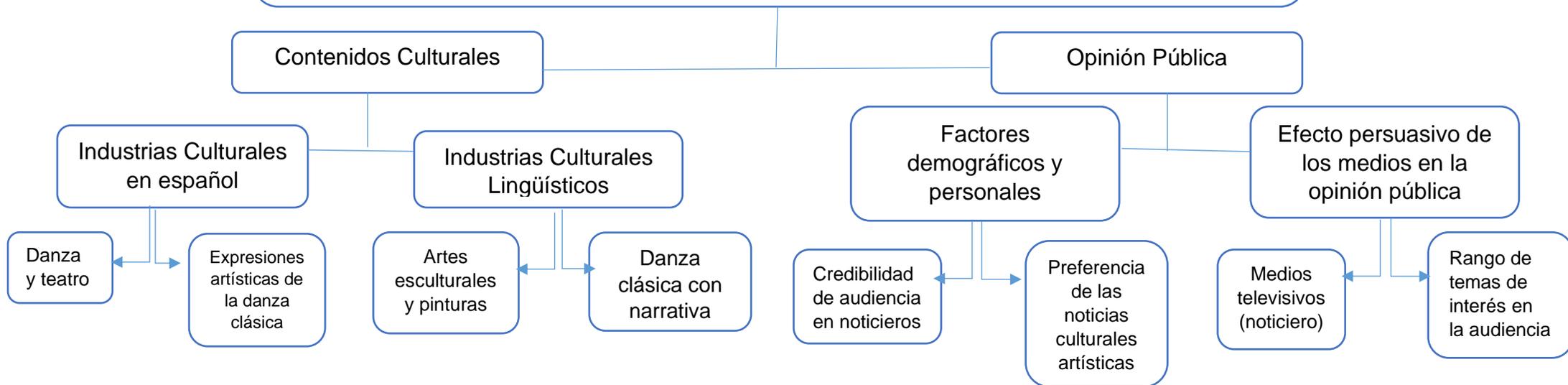
1.6.3. Definición real de las variables

Los contenidos culturales que transmiten escasamente los medios de comunicación podrían generar bajas expectativas en los estudiantes de la escuela de Ballet Inge Bruckman; influyendo en el crecimiento del estudio de cada uno de sus alumnos y en el pensamiento de la sociedad. Afectando a esta comunidad de bailarines profesionales que buscan una mejoría para sus vidas.

La opinión pública que se genera a partir de la influencia de los medios televisivos en algunas ocasiones es moldeada, al hacer énfasis en el noticiero de teletazo, ya que este consta con una gran intervención al momento de ocasionar un criterio en la sociedad. Los estudiantes bailarines del Teatro Centro de Arte sostienen una opinión pública con los contenidos que transmiten en los noticieros con respecto de temas artísticos.

1.6.4. Definición Operacional de las variables

Los factores que influyen en la información de noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de la danza en los estudiantes y docentes de la Escuela de Ballet Inge Bruckman son las industrias culturales que enriquecerían el conocimiento y los efectos persuasivos de los medios en la opinión pública.



Elaborado por: Michelle Conde

Tabla N°1: Definición operacional de las variables

CAPITULO II.

Marco Teórico

En este capítulo se abordan principales estudios y teorías que se han encontrado, siendo importantes y esenciales para la edificación de la investigación generando un soporte fundamental.

2.1. Antecedentes de la Investigación

En el epígrafe queda determinada la referencia que permite el estudio del proyecto en base al fundamento histórico sobre contenidos culturales en medios televisivos de la ciudad de Guayaquil.

A nivel mundial esta información *La relevancia de la danza en los medios de comunicación: influencia y reconocimiento social* se analiza lo siguiente:

[...] “La danza profesional en España hace tiempo que sufre un retraso de reconocimiento y desvalorización por parte de la sociedad, hecho que provoca, junto a otros factores, la aminoración cada vez más robusta del éxito de bailarines en este país. Una de las más importantes influencias para conseguir información, opinión y conocimiento son los medios de comunicación, que especialmente ayudan para la difusión de cualquier educación cultural”. (Fernández, 2017, p.6)

Con este estudio se comprueba que este problema social no solo abarca a nivel nacional, sino también en lo internacional.

La sociedad posee varias paradojas sobre todo en lo relacionado a la danza, y es que los medios de comunicación pueden ser una desventaja en estos casos, porque no transmiten con frecuencia contenidos culturales llamativos en los que los ciudadanos se sientan atraídos por receptar y almacenar esta información. Es por eso que la danza no tiene un reconocimiento adecuado por parte de los ciudadanos debido a que no fomentan noticias o entrevistas con temas artísticos y culturales.

A partir de la investigación titulada *La danza y su influencia en la identidad nacional de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de San Agustín* se define lo siguiente:

[...] “Es así que cultura - en primera instancia - se equiparaba con las bellas artes, (pintura, escultura, literatura, música, otras) y con el nivel cultural de las personas respecto a estas materias, obviando muchos elementos. Incluso en la

actualidad, las bellas artes son tomadas como referencia en las secciones de los diarios o programas televisivos para tratar el tema de 'cultura', reforzando una perspectiva reduccionista". (Vargas, 2015, p.40)

La sociedad debe de comprender que la cultura va mucho más allá que las costumbres adheridas en las relaciones familiares. Estas más bien abarcan distintas artes que se pueden aprender y desarrollar dependiendo del círculo social al que pertenecen. Los medios televisivos en la actualidad transmiten programas culturales enfocándose en las costumbre que tienen las personas, es decir, sus vestimentas, su gastronomía, su lengua, y un sin número de temas que a lo mejor los individuos ya están agotados de observar; Sin embargo se olvidan de tomar en cuenta las artes que cada individuo puede dominar y ejercer.

En Ecuador se llevó a cabo un estudio por la *Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui* titulada: *El rol social de la educación en medios*, en lo que se concreta lo siguiente:

[...] "Recoge que los medios deben producir y difundir contenidos educativos que fomenten la producción nacional, la inclusión, la interculturalidad, la participación ciudadana, la diversidad, los valores, la identidad nacional, el respeto y cuidado de la naturaleza y la promoción de los derechos humanos. Deberán impulsar el intercambio de la información y el conocimiento, ciencia y tecnología, manifestaciones culturales y expresiones artísticas". (Marín; Díaz y Aguaded, 2013, p. 47)

A nivel nacional los contenidos educativos, culturales y artísticos tienen una gran valoración por parte de sus espectadores. Se puede manifestar que la ciudad de Quito posee mayor información cultural a nivel nacional y en comparación con las demás ciudades. Esos programas de televisión tienen la obligación de fomentar hechos noticiosos artísticos para enriquecer su cultural general. Mostrando credibilidad en cada una de sus contenidos.

En la ciudad de Guayaquil se han investigados temas como: *Análisis del consumo de programas culturales en medios televisivos por los habitantes de la cooperativa flor de bastión, cantón Guayaquil provincia del Guayas, año 2018*, sostiene lo siguiente:

[...] "Los medios de comunicación tienen distintas funciones como lo son entretener, educar e informar y los mismo deben hacerlo de la mejor manera nutriendo al televidente con programación que fomente la cultura, noticias, datos los cuales no son de conocimiento público se debe dejar a un lado ciertos

pensamientos erróneos como la de darle al público lo que ellos pidan, no se debe mostrar al público lo que más venda”. (Nazareno, 2018, p.26)

En la urbe porteña, los medios televisivos están siendo conquistados por otros programas que no tienen ningún contenido de educativo, ni cultural. En el noticiero de Televistazo, del canal de televisión Ecuavisa, existe de vez en cuando la difusión de contenidos culturales artísticos de noticias; sin embargo, para mejorar una opinión pública por parte de los receptores, estos deben de consumir una información completa, verificada y creíble, etc. Recalcando que su transmisión tiene que ser continúa.

Mediante esta investigación se afirma que los ciudadanos guayaquileños tienen totalmente el derecho a la información en los medios de comunicación, ya que estos son los responsables de transmitirlo. Y que gracias a estos contenidos su nivel cultural se eleve porque al parecer poseen muchas falencias en temas culturales y artísticos.

2.2. Fundamento Teórico

En el presente trabajo de investigación se construyen y exponen diferentes teorías sobre definiciones de la comunicación expresadas desde varios puntos de vista.

2.2.1. Comunicación

La comunicación como base de este estudio, siendo una ciencia que abarca todos los ámbitos de la sociedad, es el intercambio de pensamientos, criterios, necesidades y mensajes que al transcurrir el tiempo se convierte en un proceso de interacción social. Los seres humanos sin el uso de la comunicación no podrían realizar una conexión entre ellos.

En la tesis *Estudio semiótico de los métodos de enseñanza musical que utilizan los docentes y su recepción en los estudiantes de música del centro intercultural cacique Tumbalá de playas*, se contrasta lo siguiente:

[...] “De forma intuitiva, comunicar significa interactuar con el otro. Sencillamente no es posible la vida intelectual y colectiva sin la comunicación. Lo propio de toda experiencia personal, como de toda la sociedad, es definir las reglas de comunicación. Así como no existen hombres sin sociedad, tampoco existe sociedad sin comunicación”. (Lucin cit a. Wolton, 2018, p.12)

La ciencia de la comunicación surge cuando distintas estructuras sociales empiezan a vincularse con varios individuos. Todos los seres humanos tienen la necesidad de comunicarse, y es que desde el instante que nace la comunicación, la sociedad también lo hace. Siendo esta la pieza fundamental para todas las relaciones sociales.

No puede existir una sociedad sin comunicación porque sin duda alguna todos los individuos tienen la necesidad de manifestar sus criterios para relacionarse entre sí.

En otra definición, el libro *Apocalípticos e integrados*, indica lo siguiente:

[...] “El universo de las comunicaciones de masa –reconozcámoslo o no– es nuestro universo; y si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones son aquellas aportadas por la existencia de los periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible”. (Eco, 2017, p.26)

La sociedad está inmersa en las comunicaciones de masa, e incluso muchas personas dependen de estos medios que son de gran audiencia. Y es que para comunicar o expresar cualquier información relevante de distintos ámbitos ya sea social, cultural o político, se debe acudir a los medios de comunicación para que transmitan y comuniquen a la sociedad.

Por otra parte, en el libro *Por una comunicación en común: Medios comunitarios, proximidad y acción*, se lee lo siguiente:

[...] “La comunicación del común puede ser la oportunidad para construir una sociedad en la que cambien las perspectivas con las que se ha mirado y puesto en práctico las interacciones entre sujetos, en lugar de separar personas, y a las personas de las cosas, lugares e historias, esta comunicación puede reconectar lo que estuvo separado”.(Cerbino, 2018, p. 31-32)

Para una modificación social, la comunicación es participativa, emerge de la sociedad y se basa en la cultura de esos individuos. Por medio de la comunicación las personas pueden crear vínculos; al utilizar las comunidades esta herramienta de la comunicación, tienen más posibilidades de que su desarrollo sea más exitoso.

En otras palabras, la comunicación es de suma importancia ya que es vital para la construcción de la sociedad.

En la tesis de grado *Análisis comunicacional de la red social Instagram y su influencia en la construcción de identidad cultural en jóvenes de 18 a 25 años de la Cdla. Abel Gilbert*, argumenta lo siguiente:

[...] “Si concebimos a la comunicación no como un fenómeno aislado sino como un proceso de intercambio y de re-construcción cultural y social, podemos estar en condiciones de posicionar a la comunicación en el lugar esencial de la evolución constante de la sociedad moderna. Ahora bien, cabe preguntarse en ese caso: qué estuvo primero, la comunicación como un proceso necesario al entendimiento y al intercambio (por lo tanto, a la supervivencia) o el requerimiento del medio, considerado como una tecnología de la información”. (Olives cit a. Strycek, 2018, p.14)

La comunicación ha evolucionado y el ser humano también, a su vez, cada día existen nuevas formas de comunicarse gracias a los avances tecnológicos, pero la sociedad avanza con más prisa, el autor sostiene que para realizar transformaciones en una sociedad debe de haber más procesos de intercambios de la comunicación en las personas.

El comunicarse es un proceso necesario para todos porque somos seres sociales, esta herramienta se convierte en el eje central sobre el que giran las relaciones humanas.

Cabe recalcar que sigue siendo una parte fundamental para las personas, la comunicación es una influencia para la sociedad, los seres humanos escogen a sus receptores dependiendo de su sincronía o intereses en comunes, transmitiendo información, cultura y pensamientos.

2.2.2. Noticieros televisivos

Programas informativos en medios televisivos en las que se transmiten e informan noticias de telediario de interés público ya sea en el ámbito social, cultural, político, educativo, entre otros

En las siguientes líneas extraídas del texto *Análisis del discurso periodístico del Informativo Televisivo “Hoy Noticias” de Tv Cosmos canal 15 durante el fenómeno El Niño Costero en el distrito El Porvenir, provincia de Trujillo del 01 marzo al 31 de mayo 2017*, comprende lo siguiente:

[...] “En tal sentido, los noticieros televisivos juegan un rol preponderante, encargados de informar de manera responsable a través de notas periodísticas audiovisuales, la problemática en cualquier sector (educativo, social, económico, político y otros), buscando dar soluciones a la dificultad, fomentando una cultura preventiva. Sin embargo, este tipo de discurso en algunos casos no se da oportunamente, por el contrario, en la mayoría de sucesos se pone en práctica cuando se ha originado el inconveniente”. (Díaz, 2018, p.11-12)

Los noticieros televisivos son de suma importancia para la sociedad porque por medio de estos se les brinda toda la información acerca de hechos noticiosos actuales. La televisión es un medio comunicativo relevante, que mediante las noticias audio visual se encargan de informar y de generar opinión, la misma que educan, comentan, valoran y enjuician.

En el texto *La cobertura mediática del “7d” en la prensa argentina. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a los principales diarios nacionales*, describe lo siguiente:

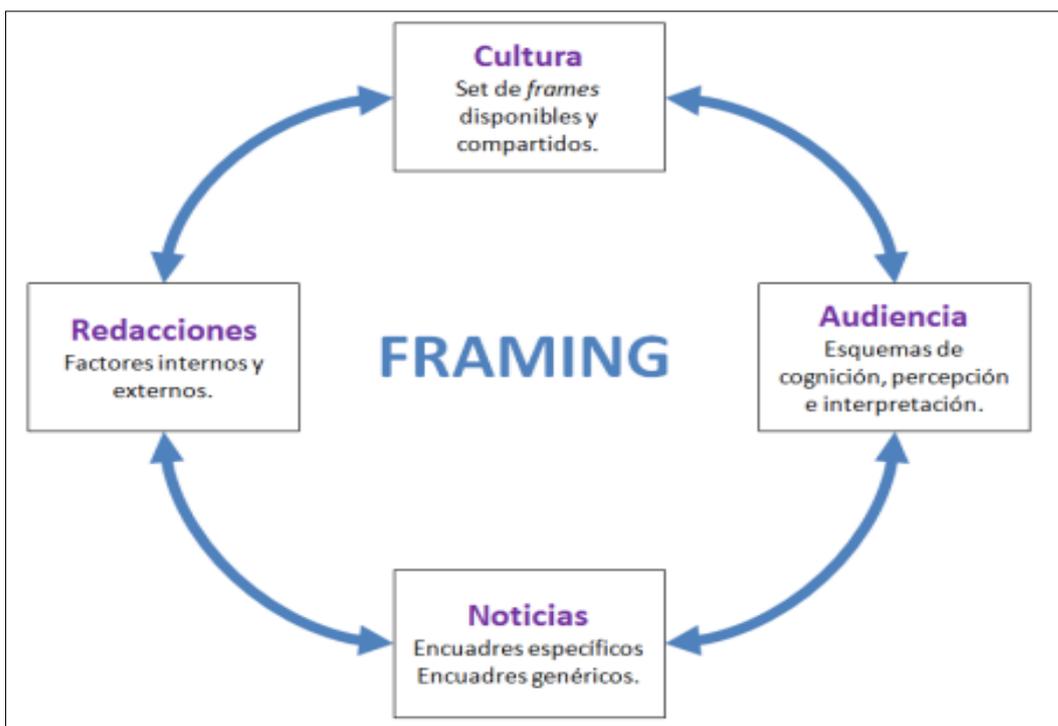


Tabla N° 2: El framing a lo largo del proceso comunicacional (Aruguete; Koziner, 2014, p.137)

La audiencia interpreta la noticia en el mismo momento en el que esta se está informando, es decir, que determinan lo que influyen en el conocer y el comportamiento quienes integran en la comunicación. Es por eso, que el framing

es un proceso de percepción de cada persona sobre alguna idea que esta obtenga como un concepto o definición de la misma

En el repositorio de *Estudio sobre la reputación de la marca del noticiero 24 Horas de Teleamazonas para la ciudad de Guayaquil*, se plantea lo siguiente:

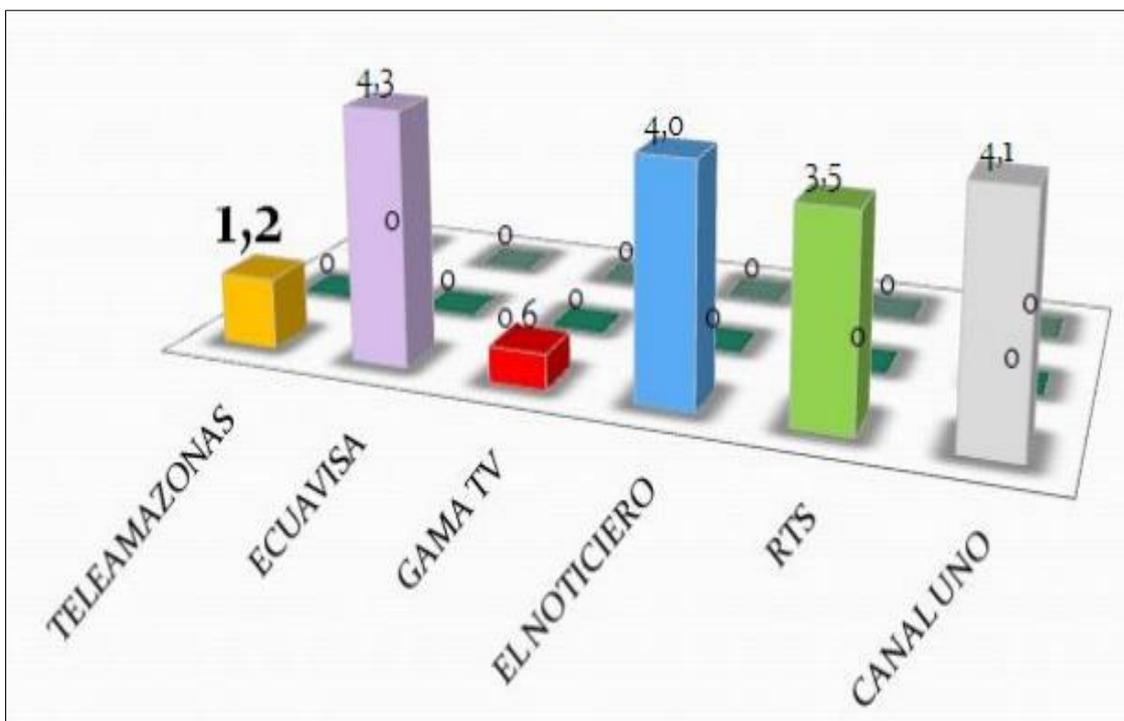


Gráfico N°1: Rating noticieros entre los horarios de 19h00 a 21h00. Lunes 12 de octubre GECA. (Ordoñez, 2016, p. 18)

El noticiero televisivo Tevistazo lidera el rating en el horario nocturno. Siendo así estos porcentajes, este programa tiene sin duda bastante influencia sobre la sociedad. Por lo tanto, con más razón deberían de transmitir más contenidos culturales de danza porque se estima que una gran población observa ese noticiero y es allí donde se debería empezar a inyectar información sobre estas artes escénicas para enriquecer la cultura general de los guayaquileños.

En el artículo, *Lectura compartida de noticieros televisivos: Construcción de hipótesis en niños de 6° grado*, se diseña lo siguiente:

[...] “Los noticieros son realizados por un equipo de producción que se muestra en pantalla para que se visibilice ‘el esfuerzo de armar las noticias’. Esta tercera hipótesis surge ante la pregunta de quienes toman las decisiones en la producción de noticias”. (Perelman, Et Al. 2015, p. 174)

Los equipos de producción de noticieros ofrecen como principal información, elementos de relevancia para su público, que de alguna manera pueda ser participativo del mismo. Sin embargo, el medio de comunicación se conceptualiza por la veracidad al transmitir una información con fuente verídica, además.

En conclusión, los noticieros televisivos a veces afectan a los espectadores creando un vacío en contenidos culturales artísticos, como la danza; por el motivo que no difunden información con interés o aporte a su opinión pública. Aunque se estima que buscan la captación o la atención total para una influencia plena con beneficios para el emisor.

2.2.3. Contenidos Culturales

El término de contenidos culturales hace referencia a un sentido simbólico, a lo artístico, a los valores culturales que posee una sociedad; sin embargo, tiene mucha relación con los medios de comunicación y que depende de ellos que realicen contenidos verídicos y con credibilidad para informar a la sociedad.

En la tesis *Análisis de los programas culturales del canal Ecuador Tv y su efecto en los televidentes de la Cooperativa Bella Visión, situada al Noroeste de la ciudad de Guayaquil, período 2016*, manifiesta que:

[...] “Una programación de contenido cultural es el último objetivo que se marcan las cadenas de televisión, después del entretenimiento y la información, sobre todo desde la década de los noventa hasta la actualidad. Es evidente que dichos programas han evolucionado en forma negativa”. (Quinde, 2017, p. 17)

Los medios de comunicación en la actualidad optan por realizar programas de cualquier otro tipo de información más no cultural; debido a esto la sociedad maneja un índice bajo de conocimiento cultural y artística. En los noticieros televisivos también acontece lo mismo, y es que hay preferencia en transmitir noticias de comunidad, crónica roja y entretenimiento.

Por lo tanto, en el libro de *Economía de las industrias culturales en español*, declara lo siguiente:

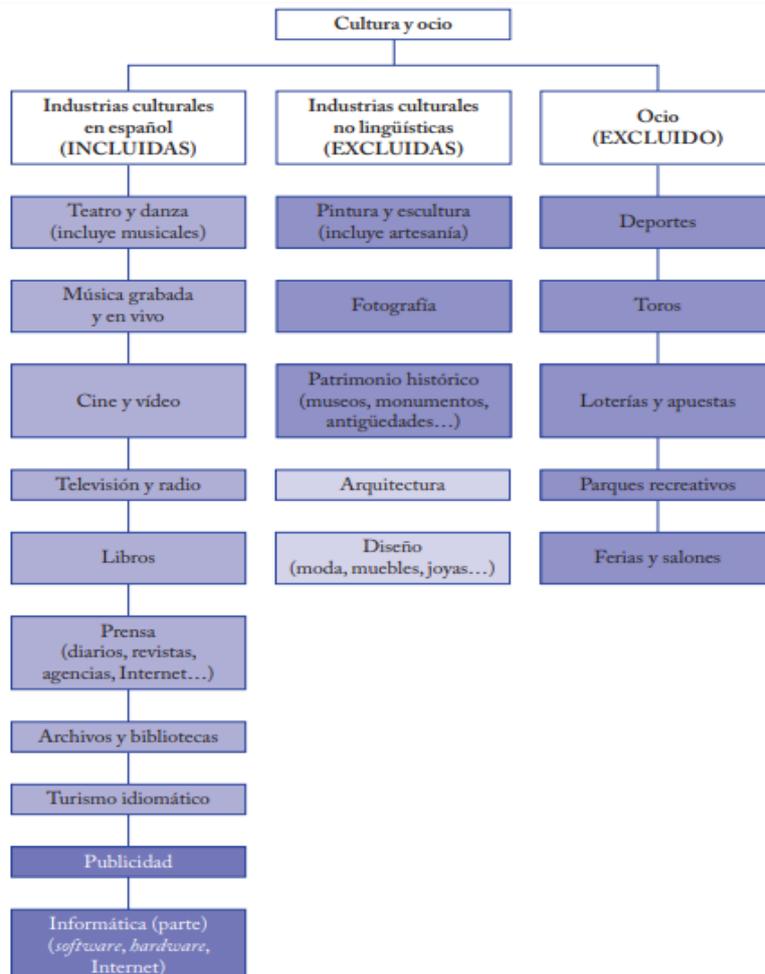


Tabla N°3: Sectores de «cultura y ocio» incluidos y excluidos en este estudio. (Santos, 2014.P. 70)

La cultura se asocia con diversas actividades que ayudan a desarrollar nuestros procesos mentales. Clasificando estos como industrias culturales en español e industrias culturales no lingüísticas. Partiendo de esto, los medios televisivos poseen una lista larga con diferentes actividades es por eso que no tienen excusa alguna para no publicar noticias artísticas.

La danza se ha desarrollado un poco en nuestro país. Para los estudiantes de la Escuela de Ballet Inge Bruckman, poder observar que ejecuten reportajes artísticos, seguramente sentirían apoyo total por los medios.

En el siguiente artículo *Los medios sociales en la promoción de los contenidos culturales en televisión. Análisis del caso de Ecuador*, se examina:

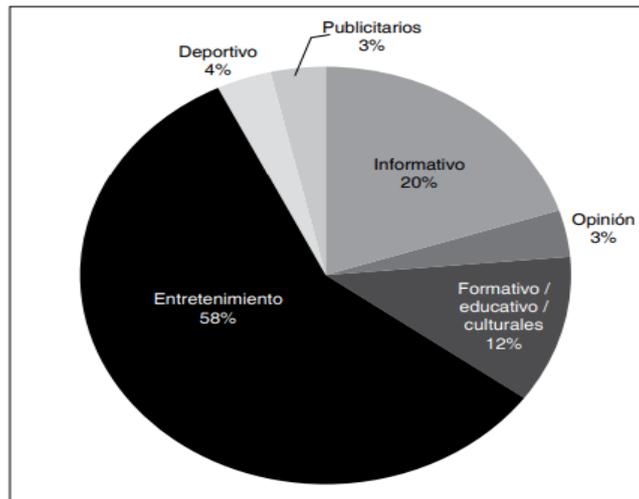


Gráfico N°2: Clasificación de contenidos de la televisión de Ecuador. (Campos, 2015, p. 124)

En el Ecuador, gracias a este estudio, se puede observar que el contenido de entretenimiento lidera en las programaciones televisivas. Los contenidos de información que se dan en noticieros pueden mejorar su porcentaje y ser ellos quienes lideren. Es así, como mejorando sus parrillas, contenidos o programación, deberán mejorar e incrementar informaciones culturales, artísticas, entre otras. Para hacer de esto un contenido más llamativo.

En el texto *Repensar las políticas culturales: 10 años de promoción de la diversidad de las expresiones culturales para el desarrollo*, comenta que:

[...] “Sin duda el contenido cultural es la prioridad más clara. Como tales, los medios de comunicación público son a la vez parte del entramado cultural más amplio de cualquier sociedad. El objetivo esencial seguirá siendo la cadena de valores compuesta de creación, producción, difusión, distribución y disfrute”. (UNESCO office México, 2016. 69)

En Guayaquil los noticieros televisivos deberían darle más relevancia a noticias, entrevistas y reportajes culturales artísticos como puede ser la danza. Enriquecería el conocimiento de los ciudadanos e incluso ayudaría al fortalecimiento de las instituciones que lo practican. Todo este trabajo debería ser realizado por una producción eficiente, que contraste y que impulse la credibilidad, porque en un medio eso es lo más importantes para sus espectadores.

Los contenidos culturales que transmiten en Guayaquil deberían ser constantes, para que la sociedad se acostumbre a estos tipos de noticias. Y es que en

Ecuador se establece que los programas de televisión deben ser educativos, informativos y culturales.

2.2.4. Opinión pública

La idea de la opinión pública surge hace algunos tiempos atrás, son todas las creencias que la sociedad en su conjunto tiene respecto de temas sociales, políticos, culturales o artísticos.

En el documento, *Una reconstrucción del concepto de opinión pública* sustenta lo siguiente:

[...] “La libertad de opinar sobre los asuntos generales o públicos de Estado (“bien común”, ‘necesidad pública’, ‘interés general’...) y, en conexión con ello, sobre el contenido y la forma del gobierno de Estado, es decir, sobre el contenido y la forma de las decisiones gubernamentales relativas a tales asuntos generales”. (Aguilar, 2017, p.127)

La opinión pública la pueden realizar todos los individuos, esto supone pasar por un proceso; las personas para emitir una opinión, primero deben de observar algún contenido de interés, ya sea en aspecto cultural, social o político. Seguido de esto empieza el raciocinio como un motor mezclando sus costumbres y su forma de ver las cosas. Y es allí donde finaliza el proceso con criterio propio.

El artículo, *Presente y futuro del estudio de la opinión pública hacia el castigo de los menores infractores. Evidencias, carencias y posibilidades*, formula lo siguiente:



Tabla N° 4: Factores explicativos de las actitudes hacia el castigo (Aizpurúa, 2015, p.8)

Los espectadores de los medios televisivos son destinatarios naturales que la gran parte acude con un mismo propósito, informarse de los medios masivos. El lugar que mantiene la opinión pública en algunos procesos se pueden observar factores en los que describe el estado o la reacción de los seres humanos. Se

debe tomar en cuenta que los medios de comunicación generan criterios en los ciudadanos.

En el libro, *Manual para ganar elecciones*, propone lo siguiente:

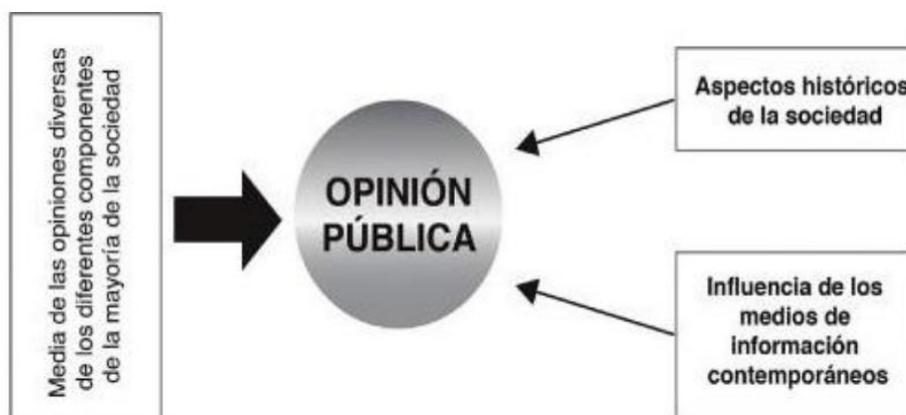


Tabla N° 5: Composición de la Opinión pública. (Vilar, 2013, p.166)

La opinión pública va relacionada con los medios de comunicación ya que estos intervienen en el proceso de la opinión de las personas. Los contenidos que salen en medios televisivos son los temas específicos con lo que los individuos se sienten identificados y empiezan a emitir su criterio en base a sus conocimientos y lo que han observado.

En el artículo, *Impacto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública: ¿sobre los peligros de la adolescencia?*, menciona lo siguiente:

[...] “Los medios de comunicación de masas ocupan un rol protagónico en nuestra sociedad; son una fuente de conocimiento, difusión y construcción de la realidad, que los sujetos utilizan para informarse y generar opinión respecto a diversas temáticas, tales como: política, educación, cultura, adolescencia, economía, etc”. (Sandoval, 2015, p. 41)

Los medios televisivos actúan como un intermediario para el desarrollo de la influencia en los seres humanos, creando así diversas opiniones públicas en ellos. La opinión pública es de suma importancia porque son expresiones que se refieren a las opiniones generalizadas ya sea de cualquier tema de interés para cada individuo.

Se puede concluir en que la opinión pública se ha convertido en un elemento que no puede ser dejado de lado, que tiene mucha relación con la política. Pero los que influyen más en las opiniones son los medios de comunicación.

2.2.5. Industrias Culturales

Las industrias culturales tienen como función realizar contenidos con temas de artes, culturas, materiales audiovisuales, literaturas y entre otras que globaliza materiales culturales que son de interés para la sociedad.

En el libro *Treinta años de políticas culturales en España: Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, orienta lo siguiente:

[...] “La difusión de las artes y el fomento de la participación cultural en un sentido amplio es uno de los paradigmas y legitimaciones fundadores y principales de las políticas culturales. A este objetivo se han dedicado buena parte de los esfuerzos y es donde se han conseguido importantes éxitos y mostrado debilidades y límites”. (Rius; Rubio, 2016, p. 14)

En pleno siglo XXI ya se puede definir a las industrias culturales como un sector en donde realizan actividad que tiene como objetivos la creación, producción, difusión y la comercialización de bienes o servicios que ofrecen contenidos culturales o artísticos. Guayaquil ha obtenido cambios en donde se están incrementando poco a poco nuevas industrias que den a conocer cosas artísticas.

En el documento titulado *Discurso local como fuente de análisis para las industrias culturales y creativas*, revela lo siguiente:



Tabla N° 6: Sectores de actividad cultural y creativa. (Solís Et. al, 2016, p.149)

Posee varias actividades que se diferencian entre sí, utilizan la cultura como material base a pesar de que la producción sea funcional y aparte de esto están constituidas en diferentes artes como lo es la música, la literatura, artes escénicas, patrimonio cultural, danza y otras más. Por otro lado a estas industrias culturales no deberían llamarlas empresas, más bien funciones necesarias para la elaboración de bienes y servicios.

En la tesis, *Desarrollo local y pyme en el sector cultural en Santiago de Cali*, afirma lo siguiente:

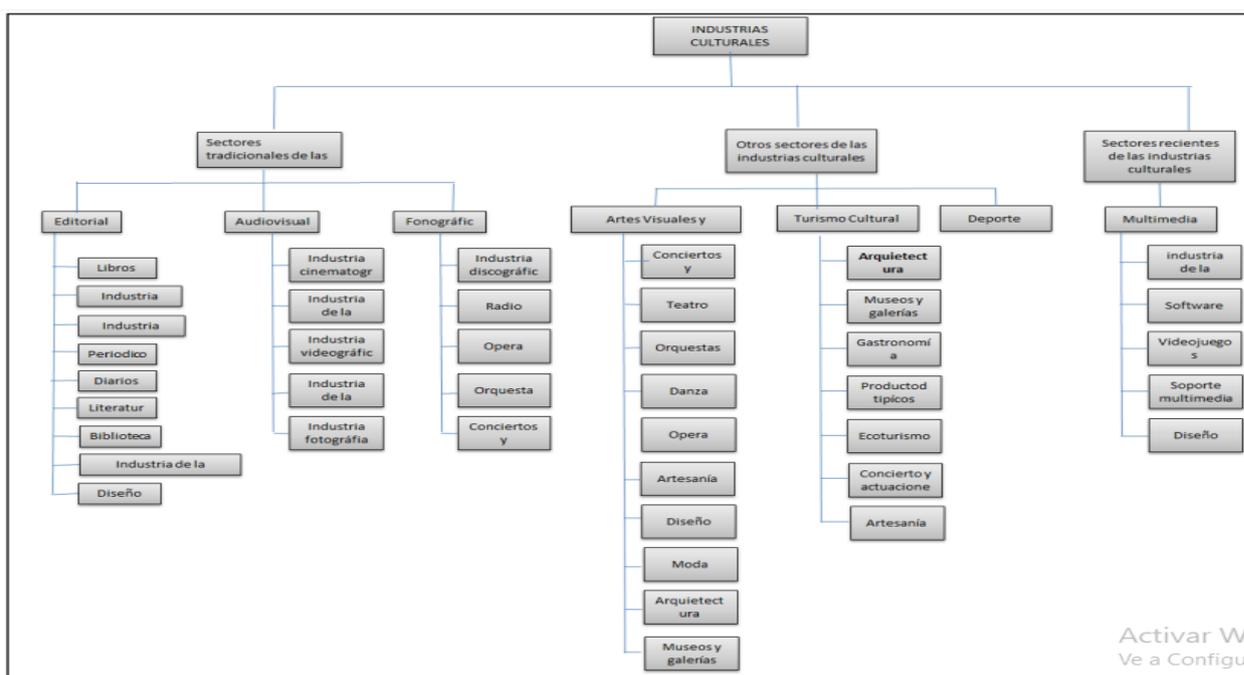


Tabla N°7: Desarrollo local y pyme en el sector cultural en Santiago de Cali. (Barona; Medina, 2017, p.39)

Lo relevante de las industrias culturales es que estas intentan impulsar el desarrollo económico y social, por medio de fomentar los contenidos artísticos o culturales. Hay que tener en cuenta que en Guayaquil existe una pequeña comunidad que si apoya totalmente todos los contenidos que ofrecen estas industrias, pero asimismo deben de optar por conseguir más seguidores, en especial por lograr conseguir una sociedad que consuma arte y cultura.

En el artículo denominado *Comunicación: entender que ayer no es hoy*, sitúa lo siguiente:

[...] “La industria cultural es la industria de los bienes simbólicos, que es aquella que dedicada “a producir y comercializar con criterios industriales bienes y

servicios destinados específicamente a satisfacer o promover demandas culturales con fines de reproducción ideológica, económica y social” (Porta cit. a Getino, 2016, p. 155)

El propósito que tienen las industrias culturales es producir un mensaje que se pueda transmitir a los seres humanos, no se puede negar que las industrias compiten entre cada una de ellas, porque estas plantean un producto que tenga éxito. Hay que recalcar que influyen en la sociedad y es fundamental en algunos casos para tener relación con las demás personas

Como conclusión las industrias culturales realizan producciones de cultura de masas, aquella industria combina la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que pueden ser tangibles o intangibles.

2.2.6. Industrias Culturales Lingüísticas

Aquellas industrias culturales lingüísticas hacen referencias al espacio que propician el mantenimiento, la difusión y el desarrollo, particularmente en los contextos de los consumos culturales y mediáticos en entornos privados y públicos.

En el siguiente artículo científico titulado *Ideologías lingüísticas acerca del mapudungun en la urbe chilena: el saber tradicional y su aplicación a la revitalización lingüística*, considera lo siguiente:

[...] “Los sistemas de creencias que se propone develar la lingüística popular han sido estudiados también como ideologías lingüísticas o culturas lingüísticas (...) Consideramos útil complementar el enfoque epistemológico de la lingüística popular con las propuestas de los estudios de ideologías lingüísticas, que ponen énfasis en la naturaleza social e históricamente situada de los modelos culturales acerca del lenguaje” (Rojas, Et Al. 2016, p. 116-117)

En el siglo XXI han surgido nuevos términos, en la actualidad a esta industria ahora se las identifica como ideologías lingüísticas o culturas lingüísticas; la cultura posee este elemento esencial que en modalidad de asociación, paradigma de la competencia cultural, permite dotar de sentido la lengua enseñada.

Es decir que desempeñan un papel crucial en el proceso del aprendizaje.

En el presente documento, *La diversidad lingüística en los espacios virtuales en México: Un análisis crítico desde la Sociedad de la Información*, pronuncia lo siguiente:

	Cantidad de enlaces
Arte y Cultura	13
Comercialización de Productos	4
Derechos Humanos	4
Educación y Capacitación	11
Eventos y Festivales	2
Grupos étnicos	2
Instituciones y Programas de Apoyo	9
Vivienda, Servicios y Albergues	2
Total	47

Tabla N°8: Sección de sub-portal indígenas en E-México (Pérez, 2016, p.8)

Dentro de las plataformas digitales, existen decenas de hipervínculo o los más reconocidos como enlaces que permiten acceder a cualquier información.

En una sociedad o comunidad está inmersa la tecnología y es que por medio de esta también se puede obtener información cultural. Según estudios dentro de una página web en México establecen que existen más cantidades de enlaces sobre temas de arte y cultural.

En este artículo científico denominado, *Características generales de las revistas científicas peruanas*, enuncia lo siguiente:

Área temática general	N° Revistas	Porcentaje
Ciencias	49	35.5%
Multidisciplinarias	42	30.4%
Ciencias sociales	40	29%
Artes y humanidades	7	5.1%
TOTAL	138	100%

Tabla N°9: Revistas por área temática general. (Santillán, Et Al. 2017, p. 8)

Las industrias culturales lingüísticas claramente están relacionadas con el arte y el ser humano, ya que existe un vínculo entre ellas que permite promover los derechos culturales de las personas.

Las informaciones que se manejan en los medios de comunicación ya sea radial, impresos o de televisión son escasos. Las revistas que circulan no constan de mucha información con respecto a temas culturales, es como se puede observar en la tabla sobre esta temática que posee menos porcentaje que los anteriores.

En la tesis *El storytelling, beneficios y aplicación en la enseñanza primaria*, determina lo siguiente:

[...] “Cada vez más se admite entre los educadores el hecho de que la literatura es más efectiva cuando las artes lingüísticas (comprensión oral, comprensión escrita, expresión oral, expresión escrita, percepción y representación visual) se consideran todas igual de importantes y dependientes las unas de las otras” (López, 2017, p.21)

Las artes lingüísticas también están inmersas en la industria cultural lingüística. Todas las actividades artísticas de suma importancia que se realizan de manera local, los medios de comunicación deberían inclinar su interés por aquello y difundirlo para informar a la sociedad sobre aspectos positivos.

En conclusión, las culturas lingüísticas conciben a las lenguas y a las culturas que en ellas se refleja y expresan como un organismo que se encuentra en permanente transformación y en desarrollo.

2.2.7. Efecto persuasivo de los medios en la opinión pública

Los medios de comunicación es una herramienta que puede llegar a utilizar los organismos para favorecerlos en varios casos, ya que dentro de cualquier medio tienen el poder de la persuadir a toda una sociedad.

En el artículo científico *Estereotipos de género, análisis comparado elpais.com (España) y emol.com (Chile)*, justifica lo siguiente:

[...] “Los medios de comunicación tienen un poder persuasivo sobre la gente tan imperceptible como inevitable. El ciudadano habla, debate, opina y discute no sólo sobre los temas que plantean los mass media sino también sobre quién ha dicho cualquier cosa” (Gómez; Patiño, 2016, p. 74)

El poder persuasivo que radica en los medios de comunicación tiene un valor agregado que se establece en los individuos cuando receptan cierto tipo de información que es procesada y a la vez se convierte en criterio cuando se relacionan con los demás y emiten estas opiniones.

En la tesis, *Influencias en la comunicación política, relevamiento de la opinión pública platense*, registra lo siguiente:

INFLUENCIA	POLITICOS	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
SI	39%	43%
NO	53%	50,50%
NS/NR	8%	6,50%

Tabla N°10: Las influencias de la opinión pública sobre los políticos y los medios de comunicación. (Barbero, Et Al. 2016, p.16)

Sin embargo, los medios de comunicación tienen relación con una plataforma para la realización de estas estrategias persuasivas que estimulan a los espectadores. Sin olvidar los cambios de las nuevas tecnologías, esto ha permitido que los medios inventen formas creativas de difundir la información persuasiva.

El documento de *La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones*, resume lo siguiente:

[...] “Ahora bien, en el empleo que los medios masivos le dan a la comunicación persuasiva con objeto de influir sobre el auditorio, se consideran todas las posibilidades a las que nos hemos referido y además, como resultado de numerosas investigaciones en las que se ha visto que la comunicación interpersonal (cara a cara) presenta varias ventajas sobre la comunicación en masa” (González, 2018, p. 193)

El efecto persuasivo que ocasiona los medios tiene el objetivo de influir sobre la sociedad, sobre cada persona. En todo caso, cada información va dirigida a un público en especial, es decir, de interés público que les permita después emplear la comunicación con las demás personas, y esto puede incluir un debate en la sociedad.

2.2.8. Nuevas bases teóricas de los contenidos culturales y la opinión pública

En los medios de comunicación para poder informar, educar y entretener a la sociedad, necesita tener contenidos adecuados y de mucho interés, en el aspecto de contenidos culturales se refiere a las dimensiones artísticas y valores culturales que emanan de las identidades, como consecuencia a esto nace las diversas opiniones del público.

En el artículo *Los memes: una respuesta popular y humorística ante la crisis mexicana*, dice lo siguiente:

[...] “Concentran unidades mínimas de información transmisible al servicio de un grupo social que comparte contenidos y opiniones de interés cultural, político o social con un toque de humor. Ambas formas de trasmisión –cultural y genética– evolucionan: los genes desde su naturaleza misma, independiente de la voluntad de sus transmisores; y la cultura, desde el cúmulo de las acciones y conductas de estos”. (Ruiz, 2018, p. 124)

Lo que realizan los medios de comunicación es optar por tener una concentración de contenidos culturales o artísticos basado en el interés de su público objetivo. Teniendo en cuenta que estos contenidos generan varias opiniones, estos pueden ser que aporten al enriquecimiento de dichos contenidos o simplemente opiniones que sean negativos, es por eso que se debe indagar la mejor información posible para que llegue al público de manera adecuada.

En la tesis *Análisis de la recepción de contenidos de los realitys shows*, informa lo siguiente:

Medio de Comunicación / Contenido	Medio Radial Onda Azul y Pachamama Radio	Medio Televisivo Info TV, Foro TV y TV UNA
Especialización en los contenidos (Programas diseñados con profesionales especialistas y analistas que argumenta e interpretan la información de forma profesional, clara y científica)	32%	34%
Generalización de los contenidos, el comunicador social no pide la opinión de especialistas y se vale de sus argumentos y experiencias para DEFINIR un hecho.	68%	66%
Total	100%	100%

Tabla N°11: Especialización y calidad de los contenidos. (Rodríguez, 2018, p. 14)

La relación que existe entre los contenidos culturales y la opinión pública es de gran relevancia porque permite establecer un lazo que en un futuro pueden favorecer a diversos temas artísticos. Se debe tomar en cuenta que la opinión

del comunicador tiene que ser basado completamente en los hechos de investigación, mas no en su experiencia o aprendizaje de la vida.

En el documento *Análisis comunicológico de los nuevos periodistas deportivos en la ciudad de Guayaquil*, se observa lo siguiente:



Tabla N°12: Proceso cultural. (Miranda, 2018, p. 26)

La actividad del ser humano dentro de la sociedad es significativa porque el individuo anexa culturas, se involucra o pertenece a distintas comunidades, y prácticas sociales que le permite a la persona desarrollar distintas concepciones

De aquí surgen diversas opiniones públicas y como consecuencia se convierten en públicos objetivos para los medios de comunicación.

En el artículo *Pautas de integración cultural y política de la sociedad de medios masivos en la sociedad red*, recopila lo siguiente:

[...] “La cultura no se limita, por tanto, a la conservación y transferencia espaciotemporal de los contenidos, sobre cuyo impacto, por supuesto, hay mucho que investigar y concretar. Se muestra también en la potencia para amplificar sin limitaciones espaciales y temporales las relaciones humanas (...) Es que también difumina la distinción entre opinión pública y opinión publicada”. (Núñez, Et Al. 2018, p. 186-187)

Los medios de comunicación son los que hacen referencia a la cultura y juegan el rol de ser los responsables de explicar las actitudes, las acciones o incluso las actividades en general de una sociedad.

Lo que sucede es que los medios de comunicación tradicionales pierden influencia en su papel de alimentar contenidos y generan criterios negativos que no les favorece.

Más allá de todos los comentarios vertidos, la opinión pública es un proceso que se desarrolla dentro de la sociedad es en esta etapa donde el individuo es frágil a la influencia de todo lo que observa, sobre todo de los medios de comunicación, al ser vulnerable adoptan características y costumbres que sin discernir las forman parte de ellas.

2.3. Marco Contextual



Figura N° 1: Escuela de ballet Inge Bruckman, Teatro Centro de Arte. (Tomada de la página web oficial)

La escuela de ballet *Inge Bruckman* del *Teatro Centro de Arte León Febres Cordero* fue inaugurada en 1988 gracias a Inge Bruckman una de las integrantes de la Fundación Sociedad Femenina de Cultura. No solo optaron por realizar escuelas de danza, también integraron otras actividades artísticas como la pintura, la música y la actuación. El objetivo con que el que se empleó estas escuelas fue el de desarrollar el potencial cultural y artístico en la ciudad de Guayaquil. Está ubicada en el Km. 4.5 Vía a la Costa. Desde ese entonces brinda a la comunidad un servicio de educación y cultura.

La escuela de ballet Inge Bruckman tiene relación con los contenidos culturales porque genera procesos de educación integral, realizando y creando actividades culturales que inculca el arte en la sociedad. Cada vez que ejecutan presentaciones o shows en los que sus propios estudiantes son los artistas, generan contenido para los medios en segmentos culturales.

Esta institución posee una relación óptima con la opinión pública porque a raíz de lo que la gente observa dentro de las instalaciones de la escuela y la información que se transmite en los medios de comunicación podrían generar criterios que fortalezcan al proceso de la educación cultural.

Esta unidad de observación es fortalecida con la investigación porque se observa, analiza e indaga los diferentes contenidos que se transmiten en los medios televisivos en cuanto a temas culturales y artísticos, que varios de ellos no constan con un proceso de investigación por parte de los periodistas.

2.4. Marco Conceptual

La Comunicación: es lo vital para todo ser humano porque por medio de esta se establecen las relaciones comunicacionales en la que se difunden o se transmiten informaciones, es decir, el intercambio de mensaje que puede existir entre las personas.

Los Noticieros Televisivos: son programas informativos cuyo objetivo especial es el transmitir a la audiencia los informes o las noticias actuales de interés público y en las que se dividen secciones determinadas en bloques de información.

Los Contenidos Culturales: tienen una relación directa con la semiótica, debido a que se refiere a los códigos que posee cada cultura dentro de la sociedad, por lo cual, el arte y varias actividades o costumbres culturales enriquece y definen a una comunidad.

La Opinión Pública: es expuesta por todos los individuos, la sociedad establece un criterio o idea sobre varios hechos sociales, políticos o culturales que le causan interés.

Industrias Culturales: son unos conjuntos de actividades, productoras e incluso una distribución de contenidos, se lo puede relacionar como una organización en donde elaboran contenidos culturales para los medios de comunicación.

Industrias Culturales Lingüísticas: están más sujetas a las actividades artísticas de manera literaria en la que también son establecidas por una institución que generan contenidos para el consumo televisivo.

Los Efecto Persuasivo: de los medios en la opinión pública existe un convencimiento, incitación y un impulso por parte de todos los medios de comunicación a la sociedad en sus ideas o criterios.

Las nuevas bases teóricas de los contenidos culturales y la opinión pública: determinan que ambas están ligadas de manera directa ya que en los medios de comunicación deben de contener informaciones culturales actualizadas, es decir, otras actividades que impacten para que los espectadores establezcan su criterio.

2.5. Marco Legal

Este trabajo de titulación se desarrolla dentro de la siguiente normativa legal.

En la *Ley de Orgánica Cultural del Ministerio de Cultura del Ecuador*, especifica lo siguiente:

[...] “Art. 103.- De las atribuciones. - El Subsistema de Artes e Innovación tiene entre sus atribuciones, las siguientes:

- a) Proteger y promover la libre creación, la diversidad y la innovación en el desarrollo de las prácticas artísticas, culturales y creativas;
- b) Promover el acceso democrático a los bienes y servicios artísticos y culturales;
- c) Dinamizar e incentivar la libre creación artística, producción, distribución y disfrute de bienes y servicios artísticos, culturales y artesanales;
- d) Impulsar y fortalecer los emprendimientos e industrias culturales y creativas;
- e) Fomentar la investigación, reflexión, formación y generación de conocimientos sobre artes e innovación; y,
- f) Promover las relaciones interinstitucionales e intersectoriales en el ámbito de las artes y la innovación en cultura”. (LOC, 2016, p. 18)

Este Estado fomenta el arte y la cultura de manera general sin discriminaciones a cualquier comunidad. Establece y promueve que las actividades artísticas y culturales deben ser respetadas de sus espacios de reproducción por los ciudadanos e incluso incentivarlos. E incluso que tienen la obligación de la difusión de información cultural por las instituciones.

En la Ley Orgánica de Comunicación, construye lo siguiente:

[...] “Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano”. (LOC, 2013, p. 5)

En todas las instituciones se debe promover las relaciones interculturales debido a que existen diferentes costumbre, culturas, e incluso nacionalidades. En los medios de comunicación tienen la obligación de transmitir estos tipos de contenidos para informar y educar a toda la sociedad.

En conclusión, se le otorga validez jurídica a esta investigación debido a que el arte y la cultura juega un papel sumamente impórtate dentro de Ecuador. En los noticieros televisivos difundidos en Guayaquil, se debería observar la relevancia que se le otorga a las industrias culturales de la danza.

CAPÍTULO III.

Marco Metodológico y Análisis de resultados

En este capítulo de la investigación se enmarcan los aspectos metodológicos y las técnicas para el estudio de los elementos de este trabajo, permitiendo la organización de los resultados a través de un proceso de análisis.

3.1. Tipo de investigación

Esta investigación inicia como exploratoria porque examina y estudia la información o datos referentes a la recepción comunicacional hacia los bailarines estudiantes que emite el noticiero Televistazo en cuanto a sus contenidos culturales y artísticos.

Esta investigación finaliza como descriptiva porque analiza y describe detenidamente las variables, contenidos culturales y opinión pública, las cuales destacan las primordiales características que estructuran este estudio.

3.2. Diseño de la investigación

Esta investigación selecciona un diseño no experimental-transeccional, puesto a que no se modifican, ni se manipulan las variables y se desarrolla el estudio en un plazo de 5 meses.

3.3. Metodología

Esta investigación se basa en la escuela filosófica de constructivismo porque asume la relación entre sujeto y el objeto ya que este construye a partir del conocimiento definiciones más amplias e incluso aborda y concluye con nuevas percepciones sobre contenidos culturales en medios de comunicación.

3.4. Técnicas de Investigación

En este epígrafe se indican las técnicas de investigación a utilizar para el análisis y recopilación de datos.

Técnicas Cuantitativas:

Escala de Intensidad: la técnica de escala de intensidad ejecuta el cuestionamiento referido al aspecto objeto de estudio debido a que el individuo debe emitir su respuesta mediante su grado de preferencia.

Escala de Likert: por medio de esta técnica ordinal se recopila la respuesta de los basados en la aceptación en donde aparecen valores establecidos a las proposiciones.

Escala de Puntos: esta escala consiste en establecer enunciados en donde el objeto de estudio debe emitir una respuesta según sea su grado de aceptación o rechazo.

Encuesta: es una técnica de obtención de información, basado en el planteamiento de preguntas. Para esta investigación se realizan preguntas cerradas con opciones objetivas para demostrar las respuestas de un público que observa el noticiero Televistazo.

Técnicas Cualitativas:

Cambio de Rol: Esta herramienta da a conocer la opinión de la unidad de observación al colocarse en el lugar de otra persona, con el fin de obtener su respuesta si estuviera en una situación diferente a la que actualmente se encuentra.

Situación idea: Esta técnica parte de solicitar a los individuos la construcción de un escenario ideal sobre la problemática. En donde se proyectan sus aspiraciones y deseos.

Investigación bibliográfica: Esta técnica de investigación fue empleada para recopilar información científica de diferentes autores que aportan al estudio.

Entrevista semiestructurada: esta técnica de investigación permite conocer el criterio a fondo de la unidad de observación basándose en preguntas abiertas.

3.5. Población y Muestra

Esta investigación cuenta con una población de 200 estudiantes en la escuela de ballet Inge Bruckman, cifra oficial proporcionada por la secretaria de la escuela y del Teatro Centro de Arte.

Esta investigación establece una muestra no probabilística—por cuotas puesto a que de la población se seleccionó una muestra a partir de los siguientes condicionamientos:

- a) Estudiantes que visualicen 3 veces a la semana el noticiero Televistazo.
- b) Estudiantes que tengan de 16 años en adelante.
- c) Que participe en foros y debates donde se hable sobre contenidos artísticos sobre el noticiero Televistazo.

La muestra final del análisis es de 100 personas para poder determinar correctamente sus criterios en base a los contenidos culturales que transmite el noticiero Televistazo.

3.6. Análisis de resultados

En este epígrafe se presenta el condensado de los resultados del trabajo de campo, atendiendo la división de cada una de las variables, dimensiones, indicadores y técnicas aplicadas en esta investigación.

Variable: Contenidos culturales
Dimensión: Industrias Culturales
Indicador: Danza y teatro
Técnica Cualitativa: Cambio de Rol

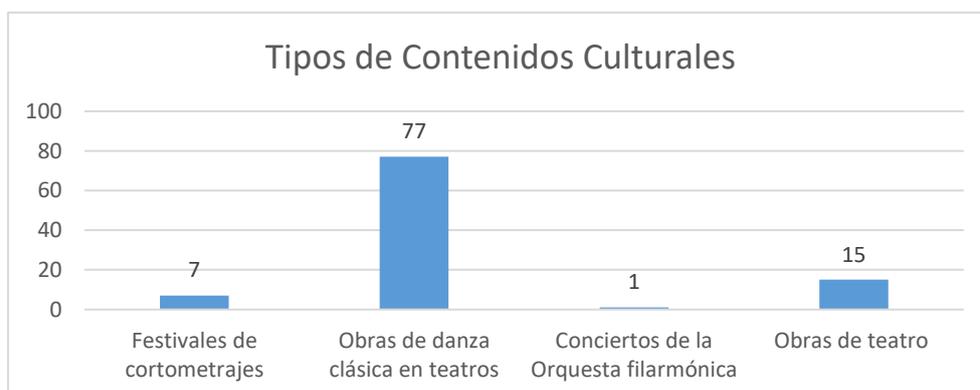
1. Si usted fuera el productor del noticiero Televistazo, ¿qué tipos de contenidos culturales transmitiría con mayor frecuencia?

Tabla N°13: Tipos de contenidos culturales

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Festivales de cortometrajes	7	7%
Obras de danza clásica en teatros	77	77%
Conciertos de la Orquesta filarmónica	1	1%
Obras de teatro	15	15%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral
 Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°3: Tipos de Contenidos Culturales



Análisis: Al preguntar por la preferencia de los contenidos culturales si fueran productores, el mayor índice fue el de 77% ya que estas personas optaron por elegir la opción de transmitir obras de danza clásica en los teatros, seguido del 15% que desearían difundir las obras de teatro en Guayaquil, solo un 7% escogió la opción de transmitir festivales de cortometrajes dejando a 1% con difundir conciertos de la Orquesta Filarmónica.

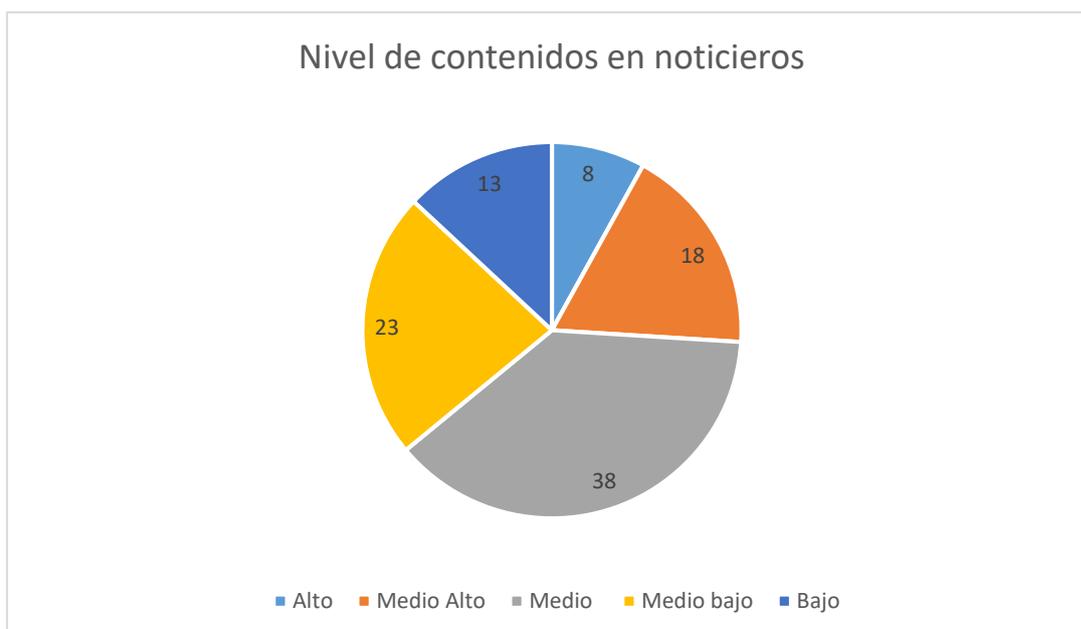
2. Bajo su concepto, el nivel de contenidos culturales en el noticiero Televistazo es:

Tabla N°14: Nivel de Contenidos en Noticiero

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Alto	8	8%
Medio Alto	18	18%
Medio	38	38%
Medio bajo	23	23%
Bajo	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral
Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°4: Nivel de Contenidos en noticiero



Análisis: En relación con el resultado anterior, aquí se observa como para un 38% de estudiantes y docentes piensan que el nivel de contenidos culturales en el noticiero Televistazo es medio, es decir, que no logra trascender en este tipo de información. Un 23% de la muestra define el contenido de Televistazo como medio bajo, mientras que para un 8% es alta. Esto permite notar la escasez de contenidos culturales con respecto en la danza en este noticiero.

Variable: Contenidos culturales

Dimensión: Industrias Culturales

Indicador: Danza y teatro

Técnica Cuantitativa: Escala de intensidad

3. Cuando usted es espectador en el noticiero Televistazo ¿Observa noticias culturales con respecto a la danza clásica y al teatro?

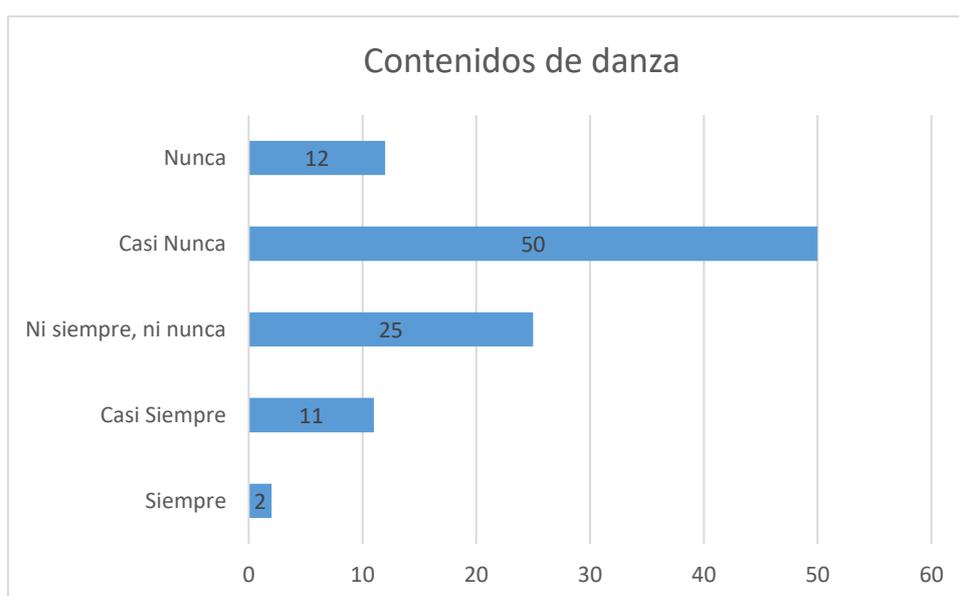
Tabla N°15: Contenidos de danza

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Siempre	2	2%
Casi Siempre	11	11%
Ni siempre, ni nunca	25	25%
Casi Nunca	50	50%
Nunca	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°5: Contenidos de danza



Análisis: El cuadro permite observar un gran porcentaje del 50% que casi nunca pueden ver contenidos en cuanto a la danza, el ballet y estos géneros, debido a que no transmiten con tanta frecuencia. Seguido de un 25% afirman que a veces puede existir la difusión de estas noticias. Tomando en cuenta que hay una relevante diferencia en que esta comunidad de bailarines no es reconocida por su trabajo en este noticiero.

4. ¿Ha observado usted noticias con respecto a la danza clásica en otros noticieros?

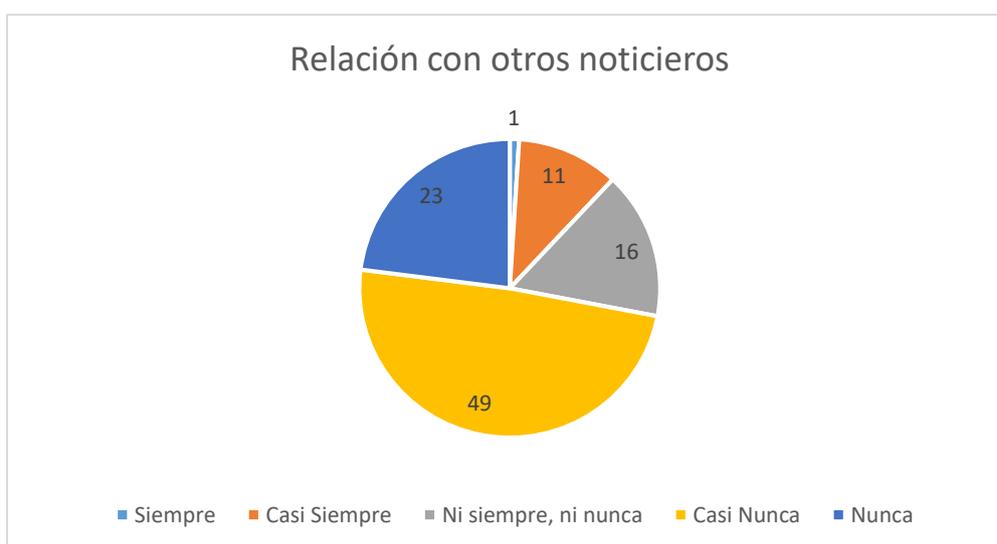
Tabla N°16: Relación con otros noticieros

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Siempre	1	1%
Casi Siempre	11	11%
Ni siempre, ni nunca	16	16%
Casi Nunca	49	49%
Nunca	23	23%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°6: Relación con otros noticieros



Análisis: Con respecto a los contenidos en relación a la danza es común que en los noticieros restantes de los demás medios de televisión también se observe

el mismo problema o en este caso, sea peor. Es por eso que hubo un 49% que sostuvo que en ningún otro canal casi nunca habían observado estos contenidos. Y que un 23% nunca había visto estas noticias.

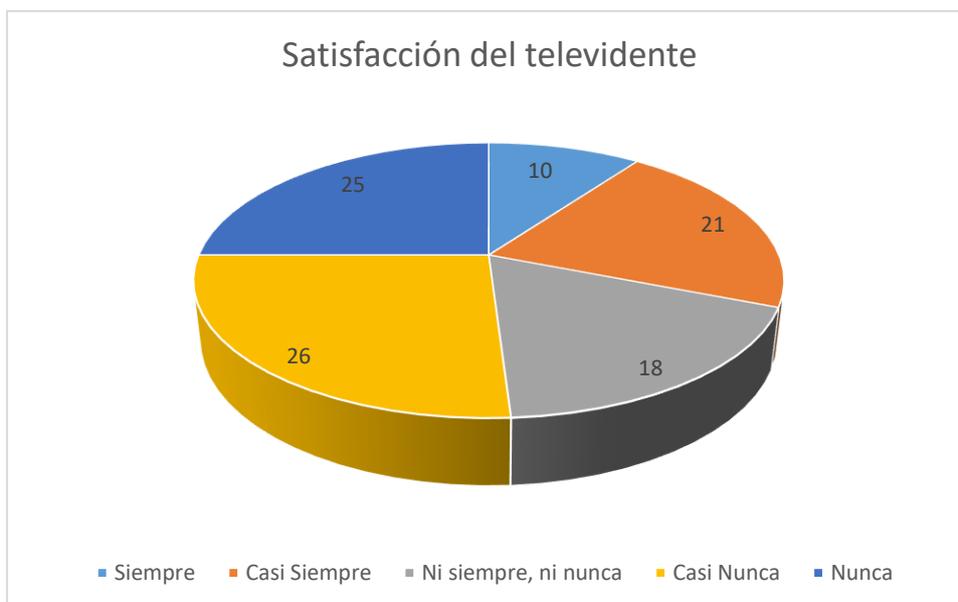
5. ¿Se siente usted conforme con los reportajes que realiza el noticiero Televistazo basados en danza clásica?

Tabla N°17: Satisfacción de televidente

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Siempre	10	10%
Casi Siempre	21	21%
Ni siempre, ni nunca	18	18%
Casi Nunca	26	26%
Nunca	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral
Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°7: Satisfacción del televidente



Análisis: en el mismo orden de interrogantes, al ser consultados sobre su conformidad sobre los reportajes o notas que emite Televistazo, se deduce que hay una similitud en cuanto al 26% de casi nunca y 25% de nunca; hace referencia a que su nivel de satisfacción es bajo, debido a que los mismos medios no llenan esas expectativas de los televidentes, ya sea en cuanto a la falta de información cuando ejecutan sus reportajes y estos salen incompletos.

Variable: Contenidos culturales
Dimensión: Industrias Culturales
Indicador: Expresiones artísticas de la danza clásica
Técnica Cualitativa: Situación Ideal

6. La sociedad tendría más conocimiento del lenguaje artístico en la danza si...

Tabla N°18: Satisfacción del televidente

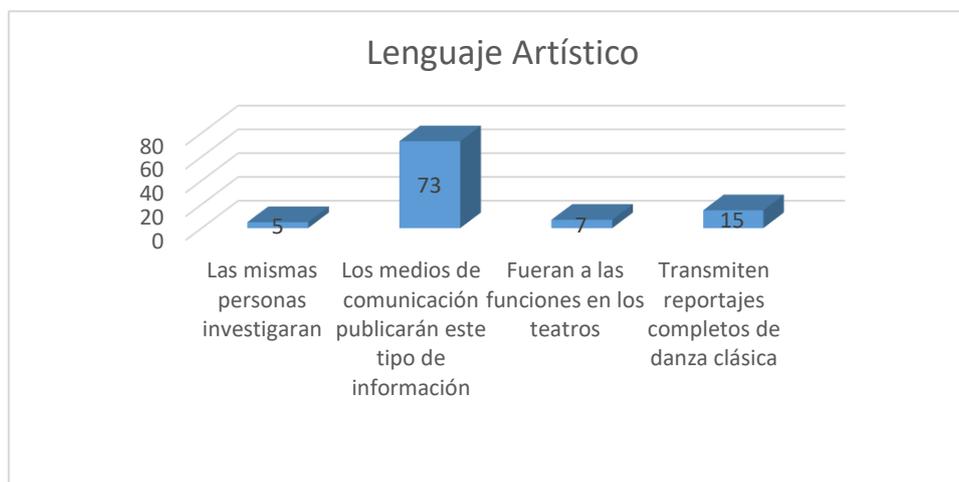
Lenguaje Artístico

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Las mismas personas investigaran	5	5%
Los medios de comunicación publicaran este tipo de información	73	73%
Fueran a las funciones en los teatros	7	7%
Transmiten reportajes completos de danza clásica	15	15%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°8: Lenguaje Artístico



Análisis: en este cuestionamiento se puede observar una gran diferencia de resultados, en especial se nota una aceptación del 73% en cuanto a que los medios de comunicación deberían publicar este tipo de información para que la ciudadanía conozca, se informe sobre todo el lenguaje artístico que tiene el mundo de la danza; sin embargo se encontró por otro lado un 15% sostuvo que la sociedad podría aprender este lenguaje por medio de reportajes completos de danza clásica, es decir, obras de ballet completas, para que poco a poco los guayaquileños aprendan y se culturicen.

Variable: Contenidos culturales
Dimensión: Industrias Culturales
Indicador: Expresiones artísticas de la danza clásica
Técnica Cuantitativa: Escala de Likert

7. ¿El noticiero Televistazo es un programa informativo que cumple con las expectativas de noticias culturales?

Tabla N°19: Expectativas culturales

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Muy de acuerdo	7	7%
De acuerdo	18	18%
Neutral	53	53%
En desacuerdo	16	16%
Total desacuerdo	6	6%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°9: Expectativas culturales



Análisis: basándose especialmente en el noticiero Televistazo de acuerdo al contenido de la danza, se encontró una gran porcentaje con respecto a que el 53%, siendo más de la mitad de nuestra muestra, son neutrales al calificar por cumplimiento de expectativas en este programa informativo, aunque un 18% afirma que si llena las expectativas del consumir de televisión.

8. ¿Si las personas conocieran las expresiones artísticas en la danza comprenderían mejor la narrativa de la obra?

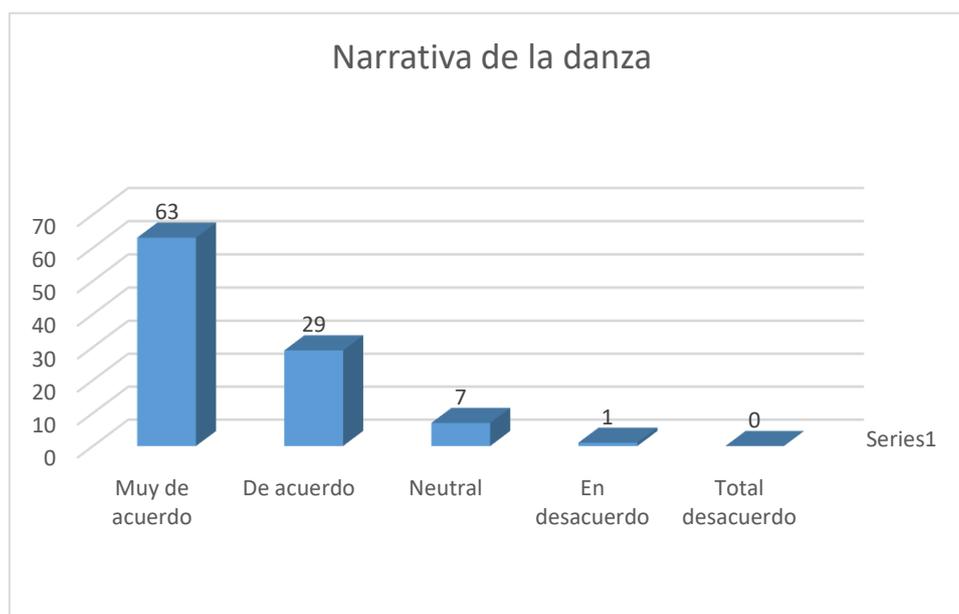
Tabla N°20: Narrativa de la danza

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Muy de acuerdo	63	63%
De acuerdo	29	29%
Neutral	7	7%
En desacuerdo	1	1%
Total desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°10: Narrativa de la danza



Análisis: por medio de la danza se crean movimientos, estos se pueden leer, pensar y crear una narrativa. El 63% de los encuestados afirma que si la sociedad tendría conocimiento del lenguaje que existe en la danza, sin duda comprenderían sus obras e incluso asistirían con frecuencia, dejando solo a un 29% en acuerdo.

Variable: Contenidos culturales

Dimensión: Industrias Culturales Lingüísticos

Indicador: Arte como producto de consumo

Técnica Cualitativa: Entrevista semiestructurada

**9. ¿Considera que en Guayaquil discriminan la profesión del bailarín?
¿Por qué?**

Tabla N°21: Discriminación a la profesión

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si, discriminan por estereotipos	1	1%
Si, discriminan por bajo nivel cultural	24	24%
Si, discriminan porque no es algo profesional	75	75%
NS/NR	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°11: Discriminación a la profesión



“Si, en Guayaquil discriminan mucho a los bailarines ya que en el hogar crían a sus hijos con una mente discriminativa, diciendo que no es una profesión sino más bien está llena de travestis gays”

Análisis: Los bailarines son personas que se dedican totalmente a este arte, y que pasan por un proceso largo de disciplina, constancia y pasión. El 75% del público muestral señala que si existe discriminación porque la sociedad tiene ya en su pensamiento establecido que esto no es una profesión, más bien, lo

definen como un hobby; por otro lado el 24% afirma que discriminan esta carrera por bajo nivel cultural.

10. ¿Considera que los medios de comunicación apoyan el arte de la danza clásica? ¿Por qué?

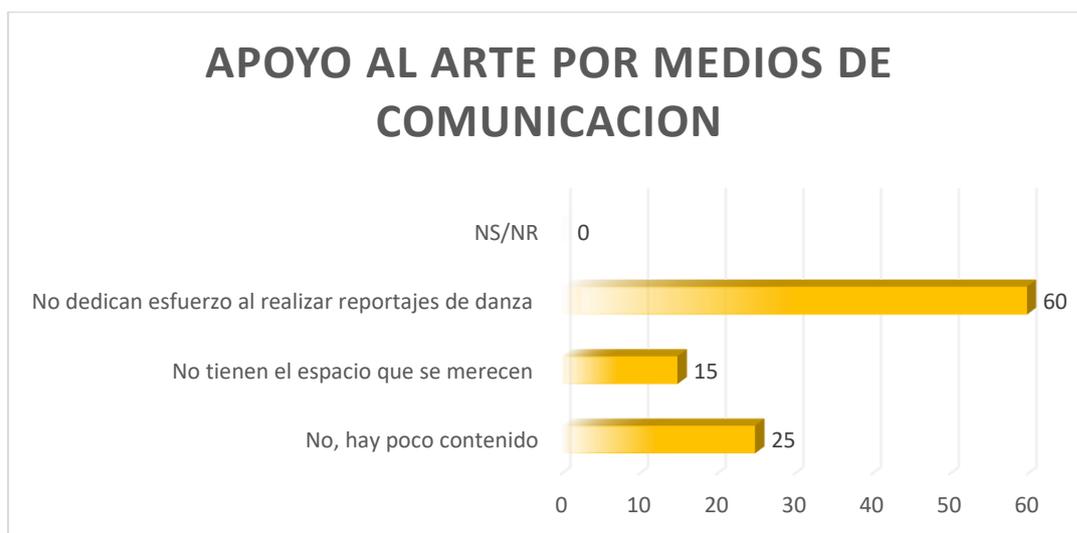
Tabla N°22: Apoyo al arte por los medios

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
No, hay poco contenido	25	25%
No tienen el espacio que se merecen	15	15%
No dedican esfuerzo al realizar reportajes de danza	60	60%
NS/NR	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°12: Apoyo al arte por medios de comunicación



“No porque es un espacio muy pequeño el que ocupa la danza en los medios de comunicación, lo cual influye para bien y para mal”

Análisis: En esta consulta se obtuvo resultados negativos, pero con distintas categorías, la que más resalta por su cantidad, es la de 60% en la que se manifiesta que no dedican todo el esfuerzo necesario para realizar un excelente reportaje, seguido con el 25% que existe escaso contenido para transmitir y por ultimo un 15% que no tienen el espacio en el medio que se merecen.

11. Entre la danza y el teatro (actuación), ¿Cuál es el que tiene más aceptación en la actualidad, tomando en cuenta los nuevos microteatros? ¿Por qué?

Tabla N°23: Aceptación en la sociedad

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
El teatro tiene más aceptación	58	58%
El teatro genera empleo	6	6%
El teatro tiene más publicidad	20	20%
El teatro genera más contenidos	8	8%
La danza porque es más completa	4	4%
otros	4	4%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°13: Aceptación en la sociedad



“El teatro

porque es más general y le gusta más al público,

el ballet en Guayaquil no tiene tantas producciones al año,

en cambio, en la actuación hay millones”

Análisis: El sector permitió abrir varias percepciones por parte del público, el valor que resalta en este resultado, es el del 58% que afirman y sostienen que el teatro en la actualidad tiene mucha más aceptación que la danza; seguido del 20% que concretan su criterio en que el teatro tiene más publicidad que los contenidos culturales. Arroja una gran cantidad de que el teatro ahora que

nunca está llegando a todas partes y la gente disfruta ver más este tipo de espectáculo.

Variable: Contenidos culturales

Dimensión: Industrias Culturales Lingüísticos

Indicador: Arte como producto de consumo

Técnica Cuantitativa: Encuesta

12. Usted cree que, si los periodistas conocieran a fondo el proceso de un bailarín, ¿realizarían reportajes para que la sociedad conozca realmente el trabajo y los apoye?

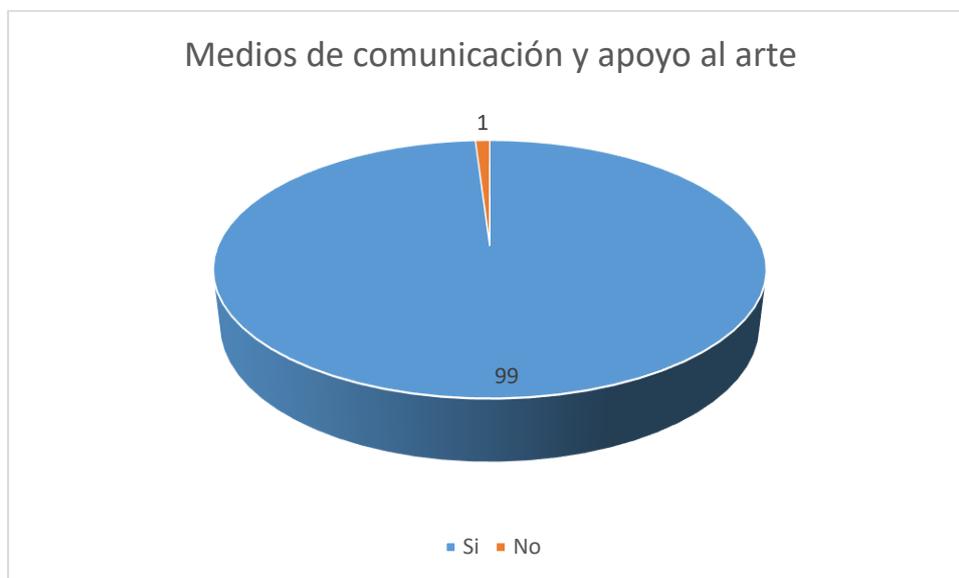
Tabla N°24: Medios de comunicación y apoyo al arte

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	99	99%
No	1	1%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°14: Medios de comunicación y apoyo al arte



Análisis: los estudiantes y docentes de la escuela de ballet del centro de artes fueron tan específicos al mostrar su respuesta en esta pregunta, dejando en total certeza con un 99% que los periodistas deben de conocer a fondo todo el sacrificio que tiene esta carrera de la danza para que luego lo difundan en los medios de comunicación e informen a la sociedad el gran esfuerzo que se realiza.

13. ¿Conoce a bailarines profesionales que han emigrado a otros países para poder ejercer su carrera?

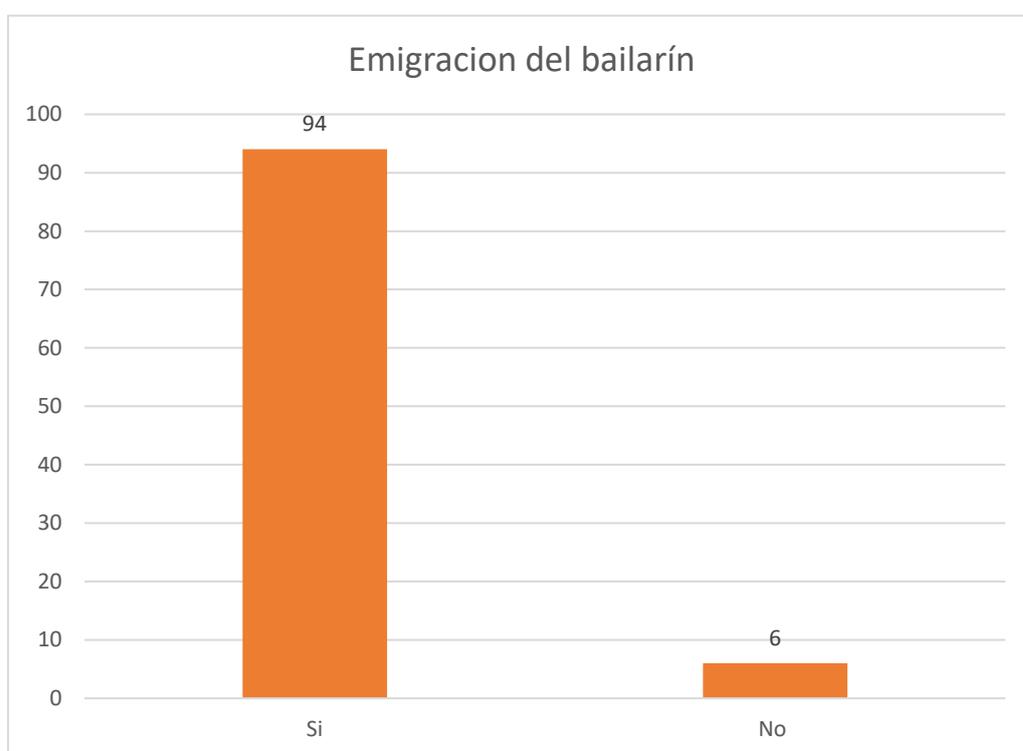
Tabla N°25: Emigración del bailarín

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	94	94%
No	6	6%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°15: Emigración del Bailarín



Análisis: Una vez que el bailarín profesional termine su proceso de aprendizaje en instituciones educativas, busca ejercerla en una compañía de danza estable, y solo ese tipo de compañías se las encuentra en otros países, es por eso que nuestra muestra conoce a un 94% de las personas que han emigrado a otro país a ejercer su carrera. Tomando en cuenta todo los riesgo que provienen el estar en lugares desconocidos.

Variable: Contenidos culturales
Dimensión: Industrias Culturales Lingüísticos
Indicador: Danza clásica con narrativa
Técnica Cualitativa: Cambio de rol

14. Si usted fuese el productor del noticiero Tevistazo y tuviera espacio para transmitir un documental, ¿qué clase de contenido informativo elegiría?

Tabla N°26: Elección de contenidos informativos

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Contenidos informativos de política	1	1%
Contenidos de entretenimiento (Farándula)	4	4%
Contenidos de danza, Suits de Ballet	92	92%
Contenidos de información de Deporte	2	2%
NS/NR	1	1%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral
Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°16: Elección de contenidos informativos



Análisis: los contenidos de danza o suits de ballet obtuvieron la cantidad más elevada, el 92% de los encuestados prefieren que los productores de televisiones transmitieran este tipo de contenido, pensando en el poco interés que muestran los ciudadanos en la danza, la suits son fragmentos cortos del ballet, para que

los individuos que no esté acostumbrados a observar una obra completa y extensa primero se familiarice con pequeños videos.

Variable: Contenidos culturales
Dimensión: Industrias Culturales Lingüísticos
Indicador: Danza clásica con narrativa
Técnica Cuantitativa: Escala de puntos

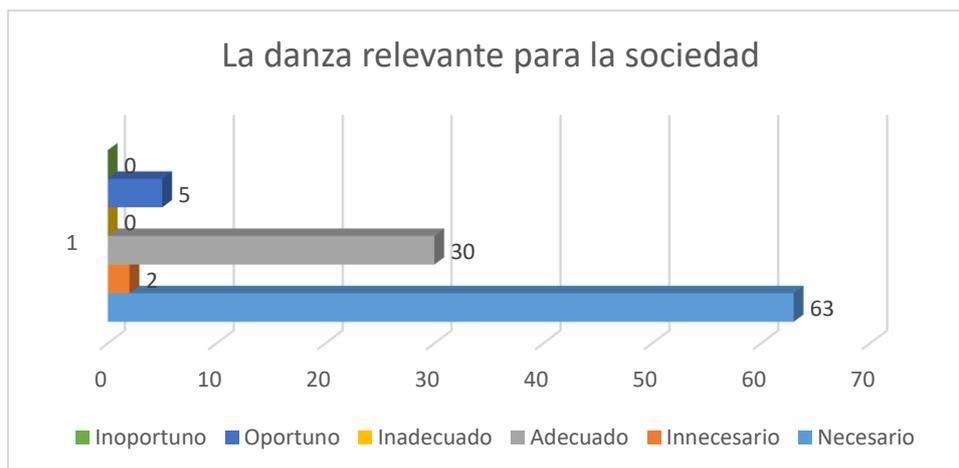
15. ¿Usted cree que las obras de danza clásica son importantes para la sociedad?

Tabla N°27: La danza relevante para la sociedad

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Necesario	63	63%
Innecesario	2	2%
Adecuado	30	30%
Inadecuado	0	0%
Oportuno	5	5%
Inoportuno	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral
Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°17: La danza relevante para la sociedad



Análisis: La sociedad tiene que comprender que la danza es de extrema importancia para ellos, porque por medio de esta existe la comunicación, es un lenguaje del cuerpo y al mismo instante una actividad psicomotriz que combina movimientos armoniosos; el 63% de los encuestados sostienen que es relevante para la sociedad y adecuado con 30% establecido.

Variable: Opinión pública

Dimensión: Factores demográficos y personales

Indicador: Credibilidad de audiencia en noticieros

Técnica Cualitativa: Entrevista semiestructurada

16. ¿Ha observado compañías de danzas en Guayaquil por medio del noticiero Televistazo? ¿Cómo las muestran?

Tabla N°28: Información por medio de Televistazo

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Solo muestran cuando hay función	3	3%
No realizan investigación a fondo sobre una compañía	12	12%
Reportajes muy cortos	25	25%
No he visto	60	60%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°18: Información por medio de Televistazo



*“No las toman en serio,
no les dan la misma importancia
que cuando se trata de una empresa o
algo que no tenga que ver con el arte”*

Análisis: Es fundamental que los ciudadanos reconozcan cuantas compañías de danza hay en la ciudad de Guayaquil, aunque se obtuvo un 60% de respuesta

negativa, afirmando que nunca habían observado este tipo de noticias en dicho programa informativo; seguido de 25% que manifestaban que las pocas ocasiones que lo realizan, el factor tiempo es extremadamente corto, y por culminar se obtuvo un 12% en el que solo transmiten cuando se aproxima un evento, función, entre otras.

17. ¿Cree que en Guayaquil se puede ejercer la profesión de la danza? ¿Por qué?

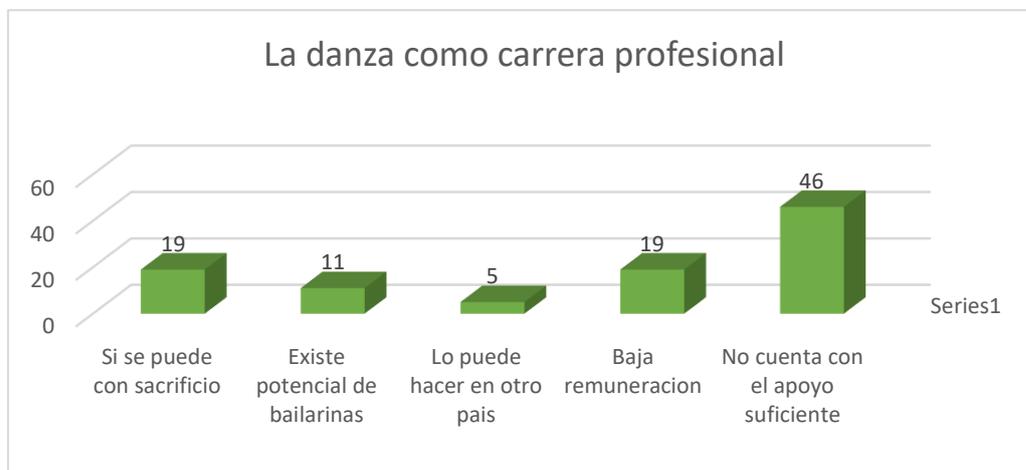
Tabla N° 29: La danza como carrera profesional

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si se puede con sacrificio	19	19%
Existe potencial de bailarinas	11	11%
Lo puede hacer en otro país	5	5%
Baja remuneración	19	19%
No cuenta con el apoyo suficiente	46	46%
Total	100	100%

Fuente: **Público Muestral**

Elaborado por: **Michelle Conde Párraga**

Gráfico N°19: La danza como carrera profesional



“Sí, aunque falta que las personas valoren el arte y que le den la misma importancia que otras carreras”

Análisis: Para que un bailarín pueda ejercer su carrera de manera profesional, deben de existir compañías estables, y sobre todo una sociedad que apoye el arte y la cultura. Los resultados de este estudio arrojaron un 46% que las personas encuestadas consideran que la danza en esta ciudad no consta con el

apoyo necesario para ejecutar este planteamiento, se encontró una igualdad en porcentajes debido a la baja remuneración que existe y por otro lado las personas tienen un grado medio lleno de esperanza y fe que todo lo que se proponga se puede realizar, el 19% fue este caso.

Variable: Opinión pública

Dimensión: Industrias Culturales

Indicador: Factores demográficos y personales

Técnica Cuantitativa: Encuestas

18. ¿Considera que existe credibilidad en la información que transmite el noticiero Televistazo?

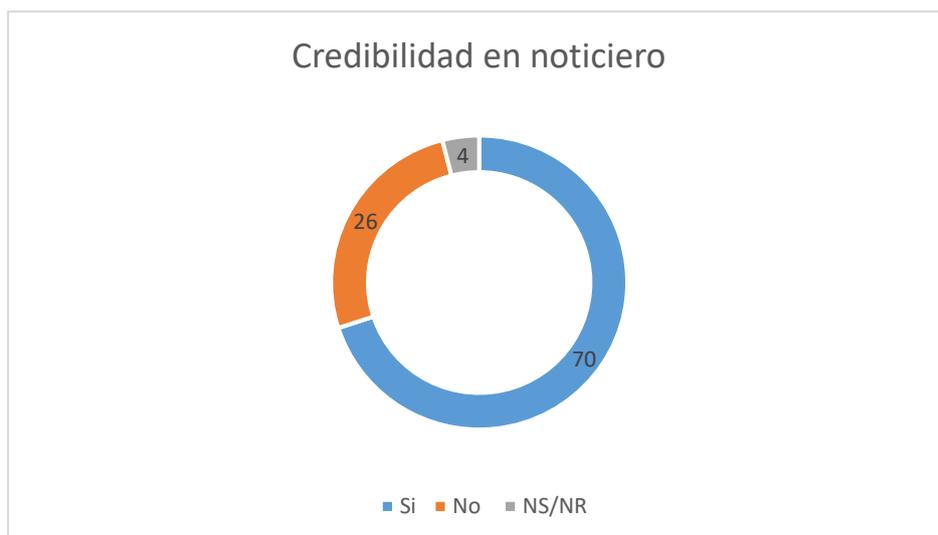
Tabla N° 30 : Credibilidad en noticiero

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	70	70%
No	26	26%
NS/NR	4	4%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°20: Credibilidad en noticiero



Análisis: liderado por el 70% en esta consulta, los estudiantes y docentes mantienen su criterio que el noticiero Televistazo si proyecta la credibilidad en la información que difunden, una pequeña cantidad del 26% respondieron de forma

negativa y un 4% no sabe, no responde. Definiendo con estos análisis al programa informativo como un noticiero verídico y con información contrastada que posee buena imagen en la mente del consumidor.

19. ¿Crees que la información que tienen los periodistas antes de transmitirla pasan por un filtro de verificación?

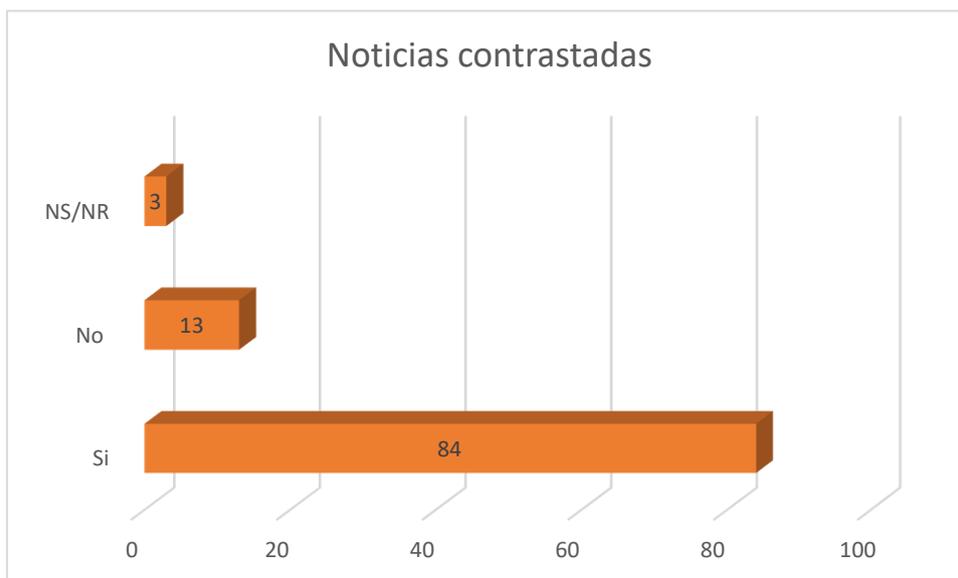
Tabla N° 31: Noticias contrastadas

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	84	84%
No	13	13%
NS/NR	3	3%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°21: Noticias contrastadas



Análisis: Los periodistas pasan por un gran proceso para obtener la información y eso juega un papel importante la fuente de donde se obtiene, es por eso que se obtuvo un 84% de afirmación en que los docentes y estudiante de la escuela de ballet Inge Bruckman piensas que efectivamente la información pasa por un filtro de verificación antes de ser transmitida al público en general, dejando a un 13% en respuesta negativa creyendo que la información de los profesionales no consta con ninguna verificación, es decir que una mayor parte esta consiente del proceso que se realizan para difundir una noticia.

Variable: Opinión pública
Dimensión: Factores demográficos y personales
Indicador: Preferencia de las noticias culturales artísticas
Técnica Cualitativa: Entrevistas semiestructuradas

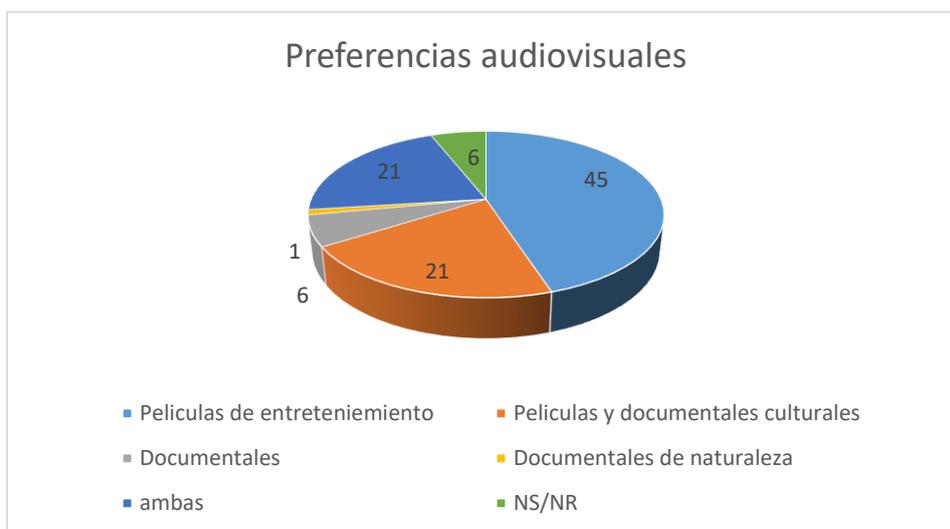
20. En su tiempo libre, ¿usted prefiere ver películas o documentales culturales? ¿Por qué?

Tabla N°32: Preferencias audiovisuales

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Películas de entretenimiento	45	45%
Películas y documentales culturales	21	21%
Documentales	6	6%
Documentales de naturaleza	1	1%
ambas	21	21%
NS/NR	6	6%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral
Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°22: Noticias contrastadas



*“Documentales culturales porque así me educó
y me nutro de información
que si me ayuda a saber más”*

*“Películas porque los ecuatorianos no estamos
acostumbrados a visualizar contenidos culturales”*

Análisis: Consumir información cultural permite llenarse de conocimiento nuevos y optar por ser *open mind*. La mayor puntuación que se halló fue el del

45% que la población muestral prefiere consumir películas de entretenimiento, se obtuvo una igualdad en porcentaje del 21% en que un grupo de personas optan por ver contenidos culturales completos; el otro grupo de la misma cantidad escoge ver ambas, películas y documentales sin especificar.

21. Cuando está viendo las noticias y emiten reportajes artísticos, ¿Usted lo ve o cambia de canal? ¿Por qué?

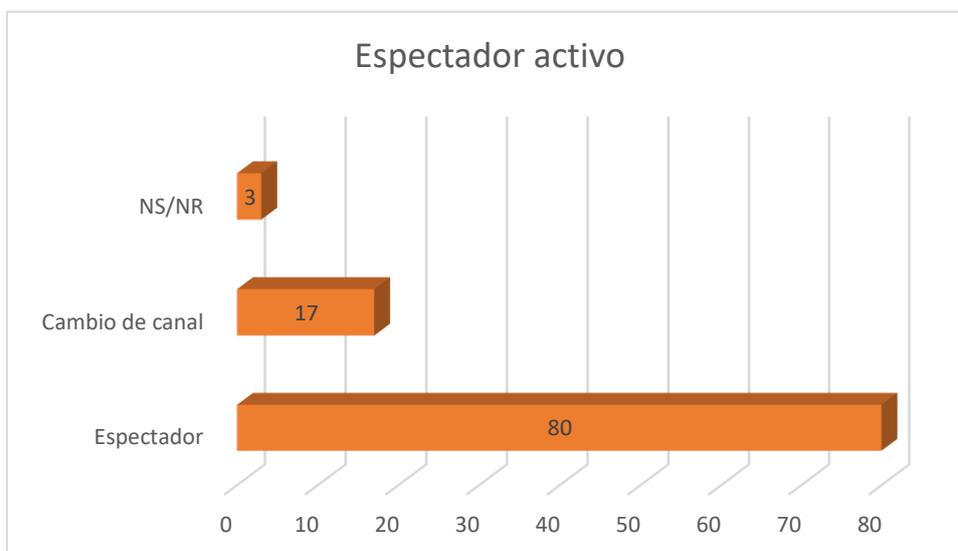
Tabla N°33: Espectador activo

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Espectador	80	80%
Cambio de canal	17	17%
NS/NR	3	3%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°23: Espectador activo



“Prefiero verlo porque es casi inusual que suceda esto”

Análisis: El ser consumidor de varios programas de televisión tiende a formar una opinión dependiendo de lo que se observa, por eso el 80% de la muestra señaló que se mantienen viendo el contenido artístico que transmite Televistazo, aunque en extremas ocasiones mencionaron que solo lo difunden por poco

tiempo. A diferencia de un 17% que establece cambiar de canal debido a que solo promociona y no brinda información completa ni antecedentes.

Variable: Opinión pública

Dimensión: Factores demográficos y personales

Indicador: Preferencia de las noticias culturales artísticas

Técnica Cuantitativa: Encuesta

22. ¿La información que recibe en el noticiero Televistazo con respecto a contenidos artísticos son claros, concisos y precisos?

Tabla N°34: Información cualificada

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	66	66%
No	31	31%
NS/NR	3	3%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°24: Información cualificada



Análisis: Mediante esta consulta se pudo obtener una gran cantidad del 66% en la que establecieron que la información de aquel programa informativo, cumple con ser claro, conciso y preciso a la hora de transmitir la nota periodística, sin embargo, el 31% emitió su respuesta negativa en cuanto a que los contenidos no se comprenden y no son tan explícitos. En su finalidad esto quiere decir que existe un grupo mayoritaria de personas que comprenden perfectamente la información.

23. ¿Es consumidor de programas, documentales o series que estén relacionados a la vida de un bailarín?

Tabla N°35: Consumidor de programas

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	79	79%
No	20	20%
NS/NR	1	1%
Total	100	100%

Fuente: **Público Muestral**

Elaborado por: **Michelle Conde Párraga**

Gráfico N°25: Consumidor de programas



Análisis: La mayoría de las películas artísticas que se basan en la danza son realizadas en otros países, por lo tanto, eso incluyen, otras costumbres, otro gobierno y otra sociedad. El 79% de los encuestados afirmaron que son consumidores de estas películas basadas en la vida de un bailarín, un 20% no observa estos géneros artísticos y un 1% no sabe no responde.

Variable: Opinión pública

Dimensión: Efectos persuasivos de los medios en la opinión pública

Indicador: Medios televisivos (noticiero)

Técnica Cualitativa: Cambio de rol

24. Si usted tuviera la potestad de reestructurar la programación televisiva, ¿Qué contenidos sacaría por completo de la Televisión?

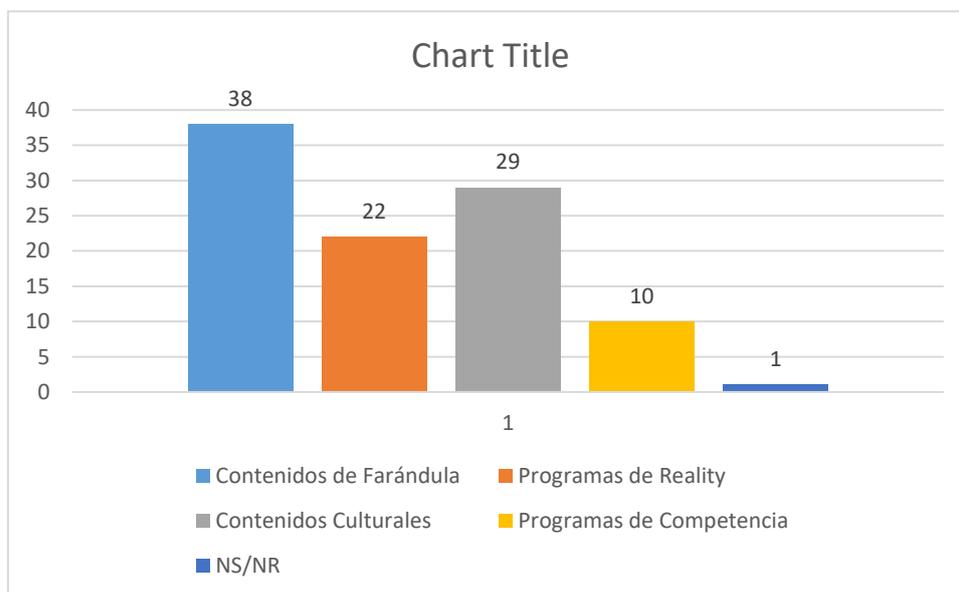
Tabla N°36: Reestructuración de programas

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Contenidos de Farándula	38	38%
Programas de Reality	29	29%
Contenidos Culturales	22	22%
Programas de Competencia	10	10%
NS/NR	1	1%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°26: Consumidor de programas



Análisis: Existe mucha telebasura en la actualidad, hay programas que no aportan a la educación y entre esos son los programas de farándula que obtuvo un 38% de desagrado por parte del público muestral, seguido de las competencias de reality con un 29%. Estas fueron las opciones que la gente señaló para sacarlos totalmente de la programación televisiva.

Variable: Opinión pública

Dimensión: Efectos persuasivos de los medios en la opinión pública

Indicador: Medios televisivos (noticiero)

Técnica Cuantitativa: Escala de Likert

25. ¿Es necesario que los medios de comunicación difundan más información acerca de compañías de danza para que la sociedad apoye este arte?

Tabla N°37: Medios de comunicación

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Muy de acuerdo	76	76%
De acuerdo	18	18%
Neutral	6	6%
En desacuerdo	0	0%
Total desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°27: Medios de comunicación



Análisis: los medios de comunicación deberían empezar difundiendo conocimientos básicos sobre la danza para que los individuos asocien poco a poco. Mediante esta consulta se obtuvo un 76% de las personas que mantienen estar de acuerdo con que los medios difundan información para que los Guayaquileños conozcan las compañías que existen en su propia ciudad.

Variable: Opinión pública

Dimensión: Efectos persuasivos de los medios en la opinión pública

Indicador: Rango de temas de interés en la audiencia

Técnica Cualitativa: Encuestas

26. ¿Cree que la danza es un tema de interés para la sociedad?

Tabla N°38: La danza como tema de interés

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	68	68%
No	32	32%
NS/NR	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°28: La danza como tema de interés



Análisis: el 68% de los encuestados establece que la danza en general es un tema relevante para la sociedad, sin embargo otro resultado de 32% arroja que estos individuos no poseen interés en este arte. Siendo entonces una respuesta favorable este grupo de personas que les interesa y les llama la atención consumen en los teatros sus obras.

27. ¿Usted cree que la danza sufre de una desvalorización por parte de la sociedad?

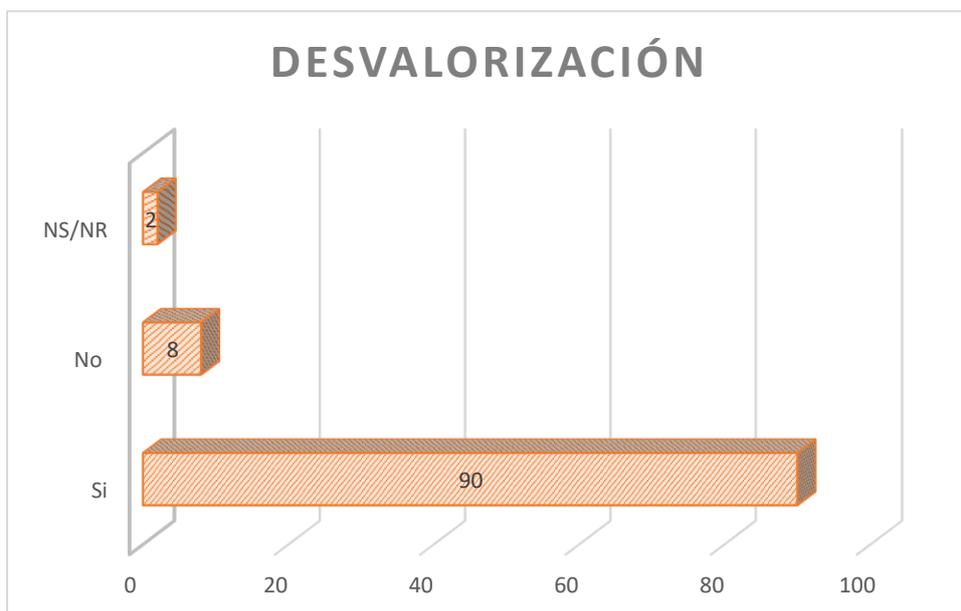
Tabla N°39: Desvalorización

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
Si	90	90%
No	8	8%
NS/NR	2	2%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°29: Desvalorización



Análisis: Desvalorización en cuanto al trabajo que realizan estos artistas, algunos individuos no son conscientes del proceso que se ha llevado para convertirse en bailarines profesionales. Por lo tanto, obteniendo casi la puntuación completa, el 90% firma que, si desvalorizan la danza en Guayaquil, un 8% piensa lo contrario en cuanto a lo negativo.

Variable: Opinión pública

Dimensión: Efectos persuasivos de los medios en la opinión pública

Indicador: Rango de temas de interés en la audiencia

Técnica Cualitativa: Entrevistas semiestructuradas

28. Según su criterio, ¿cree que los medios de comunicación motivan a los espectadores a que apoyen el arte? ¿Por qué?

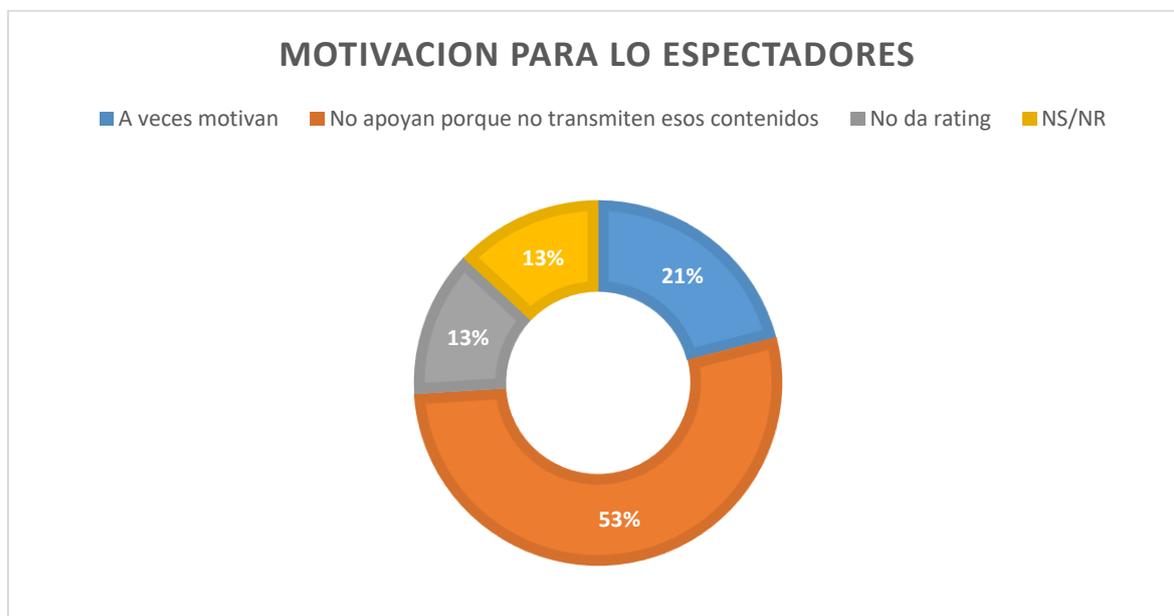
Tabla N°40: Motivación para los espectadores

CATEGORIAS	FRECUENCIAS	%
A veces motivan	21	21%
No apoyan porque no transmiten esos contenidos	53	53%
No da rating	13	13%
NS/NR	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Público Muestral

Elaborado por: Michelle Conde Párraga

Gráfico N°30: Motivación para los espectadores



“No apoyan, hacen reportajes sobre arte (a veces), pero no hay un fomento constante por parte de los medios”

Análisis: los medios de comunicación en la actualidad transmiten programas que no promueven la cultura dancística. A esto se obtuvo un resultado del 53% que los individuos sostienen que los medios no apoyan este arte por lo que no transmiten este tipo de contenidos completos y a fondos; cabe destacar al 21% que afirma que a veces con sus reportajes simples pueden llegar a motivar a la sociedad.

3.6.1. Comprobación de hipótesis

Este epígrafe tiene como finalidad presentar los resultados más relevantes de la estadística muestral analizada, para determinar si la hipótesis planteada responde a la formulación del problema.

En este informe se detalla que el 60% de las personas que realizaron esta encuesta, establecen que no han visto ,durante toda la transmisión del noticiero, compañías de danza en la ciudad de Guayaquil, es decir, que Televistazo no difunde noticias que den a conocer compañías de danza reconocidas.

Dentro de los contenidos culturales presentes en la producción destinadas al consumo humano, se encuentra la danza como un arte y su lenguaje visual. Sabiendo esto, el 73% del público muestral considera que es indispensable que los medios de comunicación transmitan contenidos de danza clásica para que la sociedad tenga conocimiento de lenguaje artístico que se maneja y estos adquieran una mejor comprensión en sus obras, por aquello se obtuvo un resultado del 63% que afirman que las obras de danza son importantes para la sociedad.

Se puede destacar que en el noticiero Televistazo la información que reciben los espectadores en cuanto a contenidos artísticos son claros, concisos y precisos al mostrar las noticia, es por ello que resultado arrojó un 66% de las personas que estaban a favor con en este punto. Claro está que este noticiero tiene una fama particular en sus espectadores, debido a que un gran de número de individuos opta por ver sus programas informativos.

Seguido a esto el 60% sostienen que el noticiero Televistazo no brinda su apoyo constante hacia este arte, debido a su falta de contenidos artísticos e información profunda.

CAPÍTULO IV.

Diseño de la propuesta

4.1. Propuesta Campaña de concientización “ENSEÑARTE”

La propuesta permite brindar conocimientos a los individuos mediante campañas desarrolladas en instituciones educativas públicas, es decir, capacitar a estudiantes y padres de familias por medio de talleres y charlas que las realizarán personas especializadas en este tema. Esta propuesta es necesaria porque fortalece y crea los conocimientos culturales con respecto a la danza, fomentando así una sociedad que consuma de manera constante este arte.

4.2. Objetivos de la propuesta

4.2.1. Objetivo general

Realizar una campaña de concientización en instituciones públicas que estén dirigidas totalmente a los estudiantes y padres de familia, con el fin de brindar información sobre contenidos culturales enfocado a la danza.

4.2.2. Objetivos específicos de la propuesta

Fortalecer el conocimiento de industrias culturales con respecto a la danza por medio de la formación académica en los estudiantes.

Socializar los temas con los especialistas en tema de arte y cultura.

4.3. Planeación estratégica de la propuesta

Tabla N°41: Planeación estratégica de la propuesta

DIMENSIONES	SUB-AREA	RESPONSABLES	ACCIONES	FECHAS	
				INICIO	FIN
Industrias culturales	Verbal	COMUNICADOR SOCIAL: Michelle Conde	Exposición de los resultados de las encuestas. Debate sobre los resultados.	Octubre	Noviembre
	Realidad Cultural	LCDA. EN DANZA Y DIRECTORA ARTISTICA Jessica Abouganem	Charla comunicativas sobre la danza como un medio de comunicación	Octubre	Noviembre
Efectos persuasivos de los medios en la opinión pública	Impacto en las audiencias	PERIODISTA: Alondra Santiago	Socialización con los estudiantes y padres de familia sobre el efecto que tienen los medios hacia la sociedad	Octubre	Noviembre
	Audiovisual	DISEÑADOR GRÁFICO: Melanie Torres	Elaboración de machote sobre la campaña "Enseñarte"	Octubre	Noviembre
Contenidos culturales consumidos por los jóvenes	Identidad cultural	PSICOLOGA: Gina Fabre	Socialización de acciones e identidad culturales que poseen los jóvenes	Octubre	Noviembre
	Costumbres culturales en Guayaquil	SOCIOLOGO: Byron Fabián	Proyección de audiovisuales. Socialización de la mala costumbre que tienen las personas al no consumir contenidos dancísticos.	Octubre	Noviembre

Elaborado por: Michelle Conde

La socialización de esta campaña se llevará a cabo con el fin de direccionar a los jóvenes y padres de familia de esta unidad educativa a que consuman de manera frecuente contenidos artísticos, ya sea de distintas plataformas; y que al consumirlo están ayudando a que esas mismas industrias crezcan constante.

4.4. Presupuesto de la Propuesta

En el siguiente epígrafe se detallan los valores para los elementos y personal especializados para desarrollar la propuesta.

Tabla N° 42: Presupuesto de la Propuesta

CAMPAÑA "ENSEÑARTE"				
Fecha de inicio:	oct-19			
Fecha de finalización:	nov-19			
Facultad responsable:	Facultad de Comunicación Social			
Investigador responsable:	Michelle Conde Párraga			
Presupuesto realizado para:	EnseñArte			
Presupuesto Global de la Propuesta por Fuente de Financiación				
RUBROS	FASE 1	FUENTES		
		UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	COLEGIO 28 DE MAYO	MINISTERIO DE EDUCACIÓN
GASTOS PERSONALES				
Personal Vinculado	\$ 2.680,00	\$ 1.200,00	\$ 500,00	\$ 900,00
Total gasto de persona	\$ 2.680,00	\$ 1.200,00	\$ 500,00	\$ 900,00
SOFTWARE, EQUIPO TECNOLÓGICO, MAQUINARIA Y EQUIPO				
Total software y equipos tecnológicos	\$ 1.000,00	\$ 558,00	\$ 400,00	\$ 315,00
Total software	\$ 1.000,00	\$ 558,00	\$ 400,00	\$ 315,00
OTROS GASTOS				
Papelería y fotocopias	\$ 50,00	\$ 32,00	\$ 20,00	\$ 15,00
Refrigerios	\$ 80,00	\$ 62,00	\$ 36,00	\$ 14,00
Banner	\$ 50,00	\$ 35,00	\$ 19,00	\$ 15,00
Material de enseñanza	\$ 160,00	\$ 100,00	\$ 68,00	\$ 39,00
Otros	\$ 50,00	\$ 31,00	\$ 19,00	\$ 11,00
Total otros gastos	\$ 390,00	\$ 260,00	\$ 162,00	\$ 94,00
SUBTOTAL	\$ 4.490,00	\$ 2.018,00	\$ 1.062,00	\$ 1.309,00
TOTAL GENERAL				\$ 8.879,00

Elaborado por: Michelle Conde

Tabla N°43: Análisis de los contenidos culturales del noticiero Televistazo

Análisis de los contenidos culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la valoración de opinión pública en el consumo de la danza en los estudiantes y docentes de la escuela Inge Bruckman								
Fecha de inicio:	oct-19							
Fecha de finalización:	nov-19							
Facultad responsable:	Facultad de Comunicación Social							
Investigador responsable:	Michelle Conde Párraga							
Presupuesto realizado para:	EnseñArte							
Presupuesto Global de la Propuesta por Fuente de Financiación								
GASTO DE PERSONAL						FUENTES		
INVESTIGADOR	FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO	DEDICACIÓN (horas semanales)	NUMERO DE MESES	VALOR HORA	FASE I	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	COLEGIO 28 DE MAYO	MINISTERIO DE EDUCACIÓN
Jessica Abouganem	Dialogar sobre la danza en Guayaquil	5	1	25	500	167	100	200
Melanie Torres	Diseña modelo de revista	3	1	15	180	115	100	120
Alondra Santiago	Informa de la opinión pública	5	1	50	1.000,00	600	200	380
Gina Fabre	Socialización de culturas	5	1	25	500	159	50	100
Byron Fabian	Costumbres de cultura	5	1	25	500	159	50	100
TOTAL					2680	1200	500	900

SOFTWARE, EQUIPO TECNOLÓGICO Y MAQUINARIA						
			FUENTES			
RUBRO	JUSTIFICACIÓN	FASE I	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	COLEGIO 28 DE MAYO	MINISTERIO DE EDUCACIÓN	
Computadora	Para realizar las planificaciones de charlas	450	148	190	147	
impresora	Impresión de diversos folletos	200	165	90	45	
internet	Acceso de búsqueda de información	90	145	80	30	
Proyector	Para mostrar resultados de encuestas	260	100	40	93	
TOTAL SOFTWARE Y EQUIPO TECNOLÓGICO		\$ 1.000,00	558	400	315	
OTROS GASTOS						
			FUENTES			
RUBROS	DESCRIPCION	FASE I	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	COLEGIO 28 DE MAYO	MINISTERIO DE EDUCACIÓN	
Papelería y fotocopias	Realización de los folletos	\$ 50,00	\$ 32,00	\$ 20,00	\$ 15,00	
Refrigerios	En la campaña para los asistentes	\$ 80,00	\$ 62,00	\$ 36,00	\$ 14,00	
1 Banner	Reconocimiento de la campaña	\$ 50,00	\$ 35,00	\$ 19,00	\$ 15,00	
Material de enseñanza	Para la socialización	\$ 160,00	\$ 100,00	\$ 68,00	\$ 39,00	
Otros	Gastos no previstos en el proyecto	\$ 50,00	\$ 31,00	\$ 19,00	\$ 11,00	
TOTAL		\$ 390,00	\$ 260,00	\$ 162,00	\$ 94,00	

Elaborado por: Michelle Conde

4.5. Modelo de socialización de la propuesta

Tabla N°44: Modelo de socialización de la propuesta

FECHA	HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	OBSERVACIÓN
10/10/2019			Recibimiento de las estudiantes y padres de familia.	
	08H00	Colegio Veintiocho de Mayo	Introducción de los resultados de la encuesta	
	09H00	Colegio Veintiocho de Mayo	Debate sobre los resultados expuestos	
	10H00	Colegio Veintiocho de Mayo	Socialización de la influencia que tienen los medios de comunicación con materiales audiovisuales	Proyector y lapto
	11H00	Colegio Veintiocho de Mayo	Exposición de la propuesta a los jóvenes	
	12H00	Colegio Veintiocho de Mayo	Proyección audiovisual y despedida comprometiendo a los estudiantes a un nuevo cambio	Proyector y lapto
LUGAR	Coliseo del Colegio Veintiocho de Mayo			
DURACIÓN	4 Horas			

Elaborado por: Michelle Conde

Logo y Eslogan



Figura N° 2: EnseñArte

Afiche

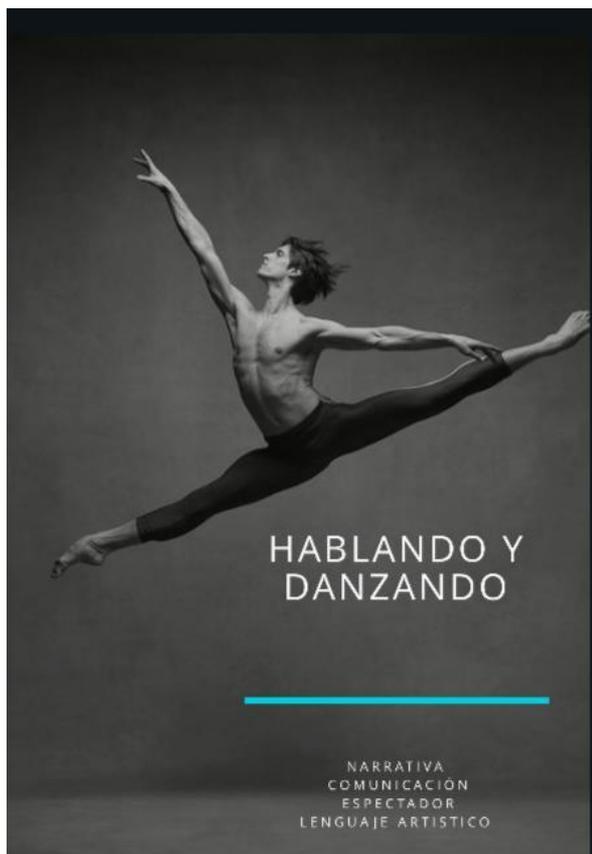


Figura N°3: Aprende sobre la danza

4.6. CONCLUSIONES

Culminando el siguiente trabajo, se concluyó que:

- Las teorías sociales relacionadas al consumo de los contenidos culturales en medios televisivos son *La relevancia de la danza en los medios de comunicación; El rol social de la educación de los medios y Los medios sociales en la promoción de los contenidos culturales en televisión* puesto a que permiten analizar la vinculación directa entre estos apartados
- El método constructivismo y el desarrollo de ocho técnicas de investigación, divididas en cualitativas y cuantitativas, permiten generar el abordaje requerido en investigaciones que relacionan los contenidos culturales con los medios de comunicación.
- En cuanto a la variable contenidos culturales se concluye que esta sociedad no está adaptada para consumir cualquier contenido artístico, ya sea difundido por los medios de comunicación u otras industrias. Las costumbres de los guayaquileños tienen un nivel alto de influencia debido a su falta de interés por las actividades artísticas.
- La variable opinión pública relacionado con las concepciones que obtienen los individuos sobre temas mencionados, es escasa, debidos a que no constan con alguna fuente relevante que les brinde información sobre la danza clásica.
- Se concluye que esta propuesta es viable puesto que no es un presupuesto significativamente alto. Con fin de capacitar a las personas sobre temas artísticos y crear así una sociedad que apoye el arte y la cultura.

4.7.RECOMENDACIONES

Es recomendable que para este tipo de investigación donde las variables son contenidos culturales y opinión pública, se busque autores como Mauro Cerbino, Umberto Eco, Antonio Salcedo y Manuel Santos.

La elección de metodologías por la que se dirige a la investigación es relevante puesto a que existen diversas escuelas filosóficas la cual se debe elegir que tenga más relación entre el problema y causa.

Para elaborar este trabajo se debe realizar 8 técnicas de investigación que sean las más apropiadas para obtener la información completa del público muestral, lo más recomendable es utilizar las entrevistas semi-estructuradas que permiten que las personas se manifiesten.

El trabajo de campo con el público muestral, se debe de ejecutar en varias sesiones para conseguir un resultado óptimo y más fiable.

Para la propuesta se recomienda analizar varias veces los resultados obtenidos por nuestro público muestral, verificando cada detalle para después utilizar la falencia en dicha propuesta.

Es preferible que esta investigación se convierta en un artículo científico, con el fin de contribuir con la información a otras investigaciones similares, trabajo por la cual se compromete la autora.

Se recomienda la importancia del cuaderno de trabajo para no desgastar el proceso del investigador del trabajo de campo.

Bibliografía:

1. Aizpurúa, Eva (2014). *Presente y futuro del estudio de la opinión pública hacia el castigo de los menores infractores. Evidencias, carencias y posibilidades*. Revista Española de investigación criminológica, número 12.
2. Aguilar, Luis (2015). *Una reconstrucción del concepto de opinión pública*. Revista Mexicana Opinión Pública. Número 23, pp 125-148.
3. Aruguete, Natalia y Koziner, Nadia (2014). *La cobertura mediática del "7D" en la prensa argentina. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a los principales diarios nacionales*. Revista Universidad de Rosario. Vol 7. Número 18, pp.130-165.
4. Barona, leidy; Medina, Tatiana (2017). *Desarrollo local y pyme en el sector cultural en Santiago de Cali*. Universidad Libre Seccional Cali. Facultad de Ciencias Económicas y administrativas. Santiago de Cali.
5. Barbero, Jose; Flores, Ramón; González, Gustavo; Varnier, Cristian (2016). *Las influencias de la opinión pública sobre los políticos y los medios de comunicación*. Universidad Nacional de la Plata Argentina. Facultad de periodismo y Comunicación social. Vol. 2, N.º 1.
6. Campos, Francisco (2015). *Los medios sociales en la promoción de los contenidos culturales en televisión. Análisis del caso de Ecuador*. Revista de Comunicación, Vol.14. pp. 114-137. Perú.
7. Cerbino, Mauro (2018). *Por una comunicación del común: Medios comunitarios, proximidad y acción*. Ediciones Ciespal. Quito:Ecuador.
8. Díaz, Mauricio (2018). *Análisis del discurso periodístico del Informativo Televisivo "Hoy Noticias" de Tv Cosmos canal 15 durante el fenómeno El Niño Costero en el distrito El Porvenir, provincia de Trujillo del 01 marzo al 31 de mayo 2017*. Tesis para Licenciado en Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Cesar Vallejo. Perú.
9. Eco, Umberto (2017). *Apocalípticos e integrados*. Editorial Debolsillo. España.
10. Fernández, Gema (2017). *La relevancia de la danza en los medios de comunicación: influencia y reconocimiento social*. Tesis de periodismos. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Elche. Universidad de Miguel Hernández. España.
11. Gómez, maría; Patiño (2016). *Estereotipos de género, análisis comparado elpais.com (España) y emol.com (Chile)*. Revista Faro. Volumen 1, numero 23, pp. 72-92.
12. González, Susana (2018). *La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones*. Revista Mexicana de Opinión Pública. Año 13, numero 25, pp. 185-193.
13. Gozávez, Vicent; Contreras Paloma (2014). *Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación*. N° 42, pp. 129-136
14. Ley Orgánica de Comunicación (2013).
15. Ley Orgánica de Cultura (2016).
16. López, Paloma (2017). *El storytelling. beneficios y aplicación en la enseñanza primaria*. Universitat Jaume, Facultad ciencias de la educación.
17. Lucin, Neythan (2018). *Estudio semiótico de los métodos de enseñanza musical que utilizan los docentes y su recepción en los estudiantes de*

- música del centro intercultural cacique Tumbalá de playas. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
18. Marín Isidro, Díaz Elena, Aguaded Ignacio (2013). *El rol social de la educación en medios: La competencia mediática en niños y jóvenes: la visión de España y Ecuador*. Quito: Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. Edición 124. Centro editorial Raúl Salvador.
 19. Miranda, Jaime (2018). *Análisis comunicológico de los nuevos periodistas deportivos en la ciudad de Guayaquil Radio Diblu y su incidencia en la construcción cultural y social en los jóvenes de 18 a 22 años de la facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social.
 20. Nazareno, Wendy (2018). *Análisis del consumo de programas culturales en medios televisivos por los habitantes de la cooperativa flor de bastión, cantón Guayaquil provincia del Guayas, año 2018*. Tesis Licenciatura de comunicación social. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
 21. Núñez, Luis; Núñez, Margarita; Irisarri, José (2018): "*Pautas de integración cultural y política de la sociedad de medios masivos en la sociedad red*". Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 184 a 207.
 22. Olives, Nohelia (2018). *Análisis comunicacional de la red social Instagram y su influencia en la construcción de identidad cultural en jóvenes de 18 a 25 años de la Cdma. Abel Gilbert*. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
 23. Ordoñez, Jhon (2016). *Estudio sobre la reputación de la marca del noticiero 24 Horas de Teleamazonas para la ciudad de Guayaquil*. Tesis para la obtención de Magister en Marketing. Universidad Espíritu Santo. Ecuador.
 24. Perelman, Flora; Nakache, Debora; Glaz, Claudia; Lumi, Agustina y Torres, Adriana (2015). *Lectura compartida de noticieros televisivos: Construcción de hipótesis en niños de 6° grado*. Revista Redalyc. Vol.12, pp. 169-178. Argentina.
 25. Pérez, Gabriel (2016). *La diversidad lingüística en los espacios virtuales en México: Un análisis crítico desde la Sociedad de la Información*. Revista de Sociología Configurações. Volumen 1, número 30, pp 83-101.
 26. Porta, Paula (2016). *Comunicación; entender que ayer no es hoy*. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación. Vol 1, número 50, pp 150-159.
 27. Quinde, Cinthia (2017). *Análisis de los programas culturales del canal Ecuador Tv y su efecto en los televidentes de la Cooperativa Bella Visión, situada al Noroeste de la ciudad de Guayaquil, período 2016*. Tesis Licenciatura. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Ecuador
 28. Rius, Joaquim; Rubio, Juan (2016). *Treinta años de políticas culturales en España: Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*. Editor: Universitat de València.
 29. Rodríguez, Veronica (2018). *Análisis de la recepción de contenidos de los reality shows combate y calle 7 y su construcción cultural en los estudiantes de 9 y 12 años de la Escuela Eduardo Estrella Aguirre en el norte de Guayaquil*. Tesis para la obtención de licenciatura. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social.

30. Rojas, Dario; Lagos, Christian; Espinoza, Marcos (2016). *Ideologías lingüísticas acerca del mapudungun en la urbe chilena: el saber tradicional y su aplicación a la revitalización lingüística*. Revista de Antropología chilena. Volumen 48, Nº 1. Pp 115-125.
31. Ruiz, Blanca (2018). *Los memes: una respuesta popular y humorística ante la crisis mexicana*. Revista Nueva Sociedad. Número 273, pp. 122-135.
32. Salcedo, Antonio (2016). *Comunicación persuasiva*. Madrid – España: Editorial ESIC.
33. Sandoval, Eduardo (2015). *Impacto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública: ¿sobre los peligros de la adolescencia?*. Revista Scielo, Vol 11, Número 1, pp. 037-049.
34. Santillan, Julio; Arakaki, Mónica; Vega, Aurora; Calderon, Mónica; Pachecho, Josmel (2017). *Características generales de la revista científicas peruanas*. Revista Española de documentación científica. Volumen 40, número 3, pp. 1-12.
35. Santos, Manuel (2014). *Economía de las industrias culturales en español*. Editorial Planeta, Barcelona- España.
36. Solís, Sandra; Mena, Victoria; Ulloa, Amparo (2018). *Discurso local como fuente de análisis para las industrias culturales y creativas*.
37. Unesco Office México, (2016). *Repensar las políticas culturales: 10 años de promoción de la diversidad de las expresiones culturales para el desarrollo*. Editorial UNESCO Publishing.
38. Vargas, Orlando (2015). *La danza y su influencia en la identidad nacional de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de San Agustín*. Tesis para Licenciado de en Educación en la especialidad de Bioquímica. Perú.
39. Vilar, José (2013). *Manual para ganar elecciones*. Editorial: Palibrio
40. Zarco, Liz (2016). *Dramas coreanos en Colombia: una reflexión desde sus contenidos y otras formas de narrativas*. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación. Vol 1, número 52, pp. 402-419.

Bibliografías Complementarias

1. Baca, Carlos (2011). Reseña de "De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía" de Jesús Martín Barbero. Revista Redalyc, Razon y palabra vol.16 núm. 75.
2. Calahorrano, Ericka (2018) *Mejoramiento del contenido cultural-social a través de segmentos televisivos en el medio de comunicación elite 45*. Tesis de licenciatura. Facultad de Ciencias Humanas y Educación. Universidad Técnica de Cotopaxi.
3. Díaz, Juan (2012) *La familia y la infancia frente a los contenidos televisivos*. Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales. Editores: Virginia Guarinos, María Jesús Ruiz (pp. 1509-1518)
4. Langet, Valeria (2018) *Los contenidos culturales y la promoción educativa de Unimax tv de la ciudad de Ambato*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. Universidad Técnica de Ambato.
5. Lull, James (1997). Medios, comunicación, cultura: aproximación global. Editorial Amorrortur. España.
6. Román Esther, Ronda Elena, Carrasco Mercedes (2009). *Danza profesional: una revisión desde la salud laboral*. Revista Española de Salud Pública. Vol 83. N° 4, pp 519-532.
7. Rueda, José; Rubio, Ángel y Galán, Elena (2014). Historia de los medios de comunicación. Editorial Alianza. Guadalajara-México.
8. Wolton, Dominique (2007). Pensar la comunicación. Editorial Prometeo. Buenos Aires: Argentina.
9. Luzuriaga, Joyce (2018). *Análisis del tratamiento de la información en los telenoticieros "El noticiero" de Tc televisión y "Noticiero Uno" de Canal Uno de Ecuador*. Tesis para la obtención de Maestría en periodismo. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata. Argentina.
10. Toala, Mayra (2018). *Análisis de la construcción noticiosa del programa Noticiero Uno y su incidencia en la opinión pública en las amas de casa del norte de Guayaquil, 2018*. Tesis para la obtención de Licenciatura. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
11. Castro, Lucia y Andrea Villón (2017). *Consumo de noticias televisivas y percepción social del miedo. Una primera aproximación*. Revista Extrategias Investigacion de la comunicación. Vol.4. Ecuador.
12. Maruri, Kevin (2018). *Influencia de programas televisivos de periodismo investigativo, caso: Visión 360 en la construcción de opinión publica en jóvenes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el año 2017*. Tesis para la obtención de Licenciatura. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil.

ANEXOS

Apéndice N°1 Certificado de Culminación del trabajo de Campo

Universidad de Guayaquil



Facultad de Comunicación Social
Dirección Carrera de Com. Social

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
fcs_comunicacion@ug.edu.ec

Guayaquil, 15 de julio del 2019

Licenciado
José Manners
DIRECTOR DE ESCUELAS
ESCUELA DEL TEATRO CENTRO DE ARTE
Presente. -

De mis consideraciones:

Con un cordial saludo, informo a usted que la Srta. Michelle Estefany Conde Párraga con C.C. 095193760-6, estudiante del noveno semestre de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, se encuentra realizando una investigación de campo cuyo tema es **"ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS CULTURALES DEL NOTICIERO TELEVISTAZO Y SU INCIDENCIA EN LA VALORACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA EN EL CONSUMO DE LA DANZA EN LOS ESTUDIANTES Y DOCENTES DE LA ESCUELA INGE BRUCKMAN "**.

Por lo expuesto, solicito de manera comedida su autorización para que el estudiante obtenga la siguiente información:

Acceso a desarrollar el trabajo de campo y las técnicas de investigación.

- Entrevista semiestructurada
- Escala de puntos
- Cambio de rol
- Encuesta
- Investigación bibliográfica
- Situación ideal
- Escala de Likert
- Escala de Intensidad

La investigación se realiza con el propósito de culminar el trabajo de titulación de la estudiante en mención.

Agradeciendo de antemano, la atención que dé a la presente, aprovecho para expresar mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
D. Julio César Armanza A.
M.Sc. Julio César Armanza A.
Director de Carrera



Lcdo. Julio César Armanza A. M Sc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COM. SOCIAL

Apéndice N°2 Certificado de validación académica



FUNDACIÓN SOCIEDAD FEMENINA DE CULTURA TEATRO CENTRO DE ARTE

Guayaquil 18 de julio de 2019

Lcdo.
Julio César Armanza. MSc.
Director de la Carrera Comunicación Social
Presente.-

La escuela de ballet del Teatro Centro de Arte, 'Inge Bruckman' informa que la estudiante **Michelle Stephanie Conde Párraga**, De la Facultad de Comunicación Social, **ha culminado de manera satisfactoria su trabajo de campo** de su Tesis "Análisis de los contenidos culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la valoración de opinión pública en el consumo de la danza en los estudiantes y docentes de la escuela Inge Bruckman", siendo sus visitas un total de tres ocasiones.

Agradeciendo el cumplimiento y compromiso del estudiante al momento de cumplir con los requerimientos de nuestra escuela de arte.

Atentamente,



Lcdo. José Manners Nazareno
Director de Escuelas

Apéndice N°3 Evidencia gráfica del trabajo de campo

Apéndice 3



Figura N°4: Escuela de ballet Inge Bruckman

Elaborado por: Michelle Conde

Fuente: Publico muestral Escuela de ballet Inge Bruckman



Figura N° 5: Escuela de ballet Inge Bruckman

Elaborado por: Michelle Conde

Fuente: Publico muestral Escuela de ballet Inge Bruckman



Figura N°6: Escuela de ballet Inge Bruckman

Elaborado por: Michelle Conde

Fuente: Publico muestral Escuela de ballet Inge Bruckman



Figura N°7: Escuela de ballet Inge Bruckman

Elaborado por: Michelle Conde

Fuente: Publico muestral Escuela de ballet Inge Bruckman



Figura N°8: Escuela de ballet Inge Bruckman

Elaborado por: Michelle Conde

Fuente: Publico muestral Escuela de ballet Inge Bruckman

Apéndice N°4. Cuaderno de trabajo

APÉNDICE 4

Tema:

Análisis de los contenidos culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo danza en los estudiantes de la escuela Inge Bruckman en Guayaquil en el 2019

Formulación del Problema.

¿Cómo influye el contenido de las noticias culturales del noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo danza en los estudiantes de la escuela Inge Bruckman?

Objetivo General

Analizar la influencia de los contenidos de las noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo danza en los estudiantes de la escuela Inge Bruckman del Teatro Centro de Arte León Febres Cordero.

Variables:

- c) Contenidos culturales
- d) Opinión pública

Hipótesis.

Los factores que influyen en la información de noticias culturales en el noticiero Televistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en los estudiantes de la Escuela Inge Bruckman del Teatro Centro de Arte León Febres Cordero exponen escasos contenidos sobre las industrias culturales, y no generan efectos persuasivos por parte de los medios en la opinión pública.

Metodología

Esta investigación se basa en la escuela filosófica de constructivismo porque asume la relación entre sujeto y el objeto ya que este construye a partir del conocimiento definiciones más amplias e incluso aborda y concluye con nuevas percepciones sobre contenidos culturales en medios de comunicación.

Definición Operacional de las variables

Los factores que influyen en la información de noticias culturales en el noticiero Tevistazo y su incidencia en la opinión pública sobre consumo de danza en los estudiantes de la Escuela Inge Bruckman exponen escasos contenidos sobre las industrias culturales, y no generan efectos persuasivos por parte de los medios en la opinión

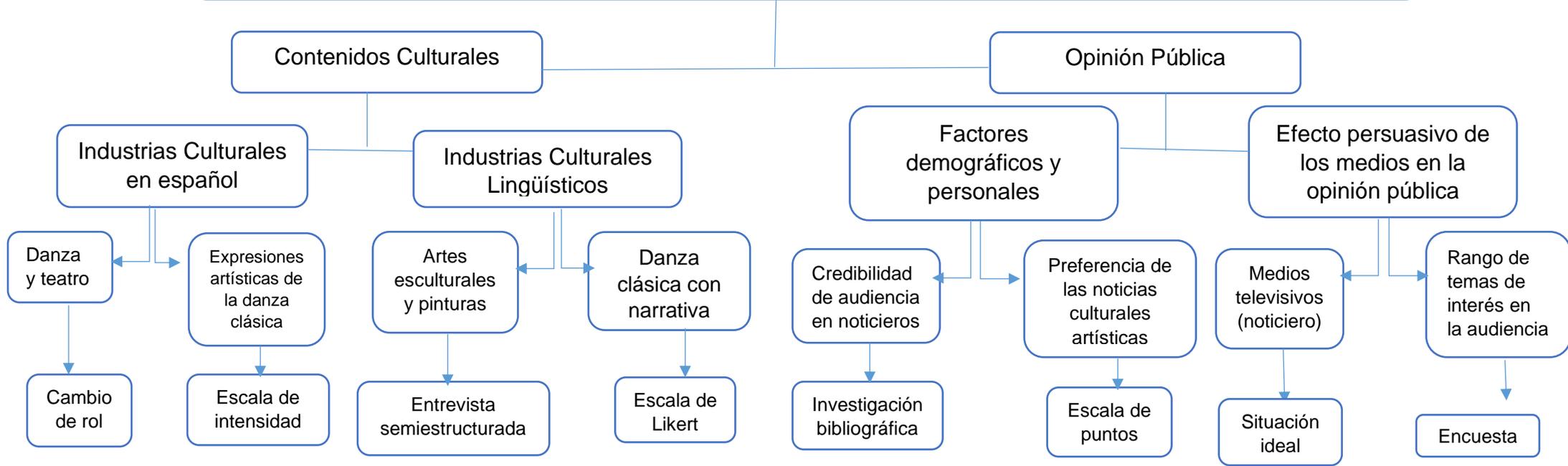


Tabla N°45: Definición Operacional de las variables

Anexo N°1: Esquema del cuaderno de trabajo de campo

Variable: Contenidos culturales

Sexo

Dimensión: Industrias Culturales

Edad

Indicador: Danza y teatro

Técnica Cualitativa: Cambio de Rol

Marque con una X la respuesta correcta

Si usted fuera el productor del noticiero Televistazo, ¿qué tipos de contenidos culturales transmitiría con más frecuencia?

Festivales de cortometrajes	
Obras de danza clásica en teatros	
Conciertos de la Orquesta filarmónica	
Obras de teatro	

Tabla N°46: Tipos de contenidos culturales

Bajo su concepto, el nivel de contenidos culturales en el noticiero televistazo es

Alto	
Medio Alto	
Medio	
Medio Bajo	
Bajo	

Tabla N°47: Nivel de contenidos culturales

Variable: Contenidos culturales

Dimensión: Industrias Culturales

Indicador: Danza y teatro

Técnica Cuantitativa: Escala de intensidad

Cuando usted es espectador en el noticiero televistazo ¿Observa noticias culturales con respecto a la danza clásica y al teatro?

Siempre	
Casi siempre	
Ni siempre, ni nunca	
Casi nunca	
Nunca	

Tabla N°48: Escala de Valoración

¿Ha observado usted noticias con respecto a la danza clásica en otros noticieros?

Siempre	
Casi siempre	
Ni siempre, ni nunca	
Casi nunca	
Nunca	

Tabla N°49: Escala de Valoración

¿Se siente usted conforme con los reportajes que realiza el noticiero televisado basados en danza clásica?

Siempre	
Casi siempre	
Ni siempre, ni nunca	
Casi nunca	
Nunca	

Tabla N°50: Escala de Valoración