UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS SOCIOCULTURALES EN LA REVISTA DIGITAL ‘ASÍ NO MÁS’ Y SU INFLUENCIA EN LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023.

AUTORES:

JOSÉ ALEJANDRO MUÑOZ GAROFALO

INTI DANIEL AMANGANDI CASPI

DIRECTOR:

MGS. KLEBER ROMERO

GUARANDA – ECUADOR
2024

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS SOCIOCULTURALES EN LA REVISTA DIGITAL ‘ASÍ NO MÁS’ Y SU INFLUENCIA EN LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023.

AUTORES:

JOSÉ ALEJANDRO MUÑOZ GAROFALO

INTI DANIEL AMANGANDI CASPI

DIRECTOR

LIC. KLEBER ROMERO

PARES ACADÉMICOS

LIC. RENATO CABEZAS

LIC. JOSÉ OLEAS

GUARANDA – ECUADOR
2024

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS SOCIOCULTURALES EN LA REVISTA DIGITAL ‘Así No Más’ Y SU INFLUENCIA EN LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a mi madre Teresa Caspi, que tuvo que realizar el rol de padre y madre, además de trabajar en diferentes roles para que yo pudiera estudiar y llegar al final de mis estudios académicos, agradezco también a mis hermanos, Yachak, Ángel, Eduardo Amangandi e Inti Ramírez, por estar en cada paso que he realizado desde mi infancia, sin duda puedo decir que mi familia ha sido lo más importante en mi vida, los consejos, los cuidados y el amor que he recibido de mis pilares desde que tengo memoria me han ayudado a ser un hombre de bien y así aprovechar lo que mi madre y mis hermanos me han sabido brindar en este largo camino. Gracias a mi familia daría mi vida por todos ellos sin dudarlo.

Inti Daniel Amangandi Caspi

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis padres, Pablo Muñoz y Guísela Garofalo, A mi abuela Mariana Garofalo, y a mi hermano Pablo Muñoz, por su amor incondicional, apoyo emocional y motivación constante. Sin su confianza y sacrificio, no habría sido posible llegar hasta aquí. A 24 Horas A.A. Grupo Bolívar, por su comprensión, apoyo y por brindarme momentos de descanso que me ayudaron a mantener el equilibrio durante el proceso. Finalmente, agradezco a la Universidad estatal de Bolívar, por proporcionarme los recursos necesarios y el espacio para desarrollar este proyecto de manera adecuada. Gracias a todos por hacer posible este logro.

José Alejandro Muñoz Garofalo

DEDICATORIA

Quiero dedicar este logro, a mi familia: mi madre Teresa Caspi y mis hermanos Yachak, Ángel, Eduardo e Inti Ramírez, no encuentro las palabras para expresar cuan importantes son para mí y que cada paso que he dado hasta este momento es gracias a ustedes. A mi madre, el pilar fundamental de mi hogar, le dedico especialmente este logro, usted que me ha regalado la gloria de estar vivo, por quedarse con nosotros después del abandono de mi padre, brindándome consejos y amor incondicional, sé que estas palabras no expresan todo lo que siento, pero con todo mi corazón, esto es por usted, madre mía, por ser mi guía, inspiración y por enseñarme el valor del trabajo, saber cómo ganar dinero con esfuerzo a mí y a mis hermanos, que han sido mi compañía desde pequeño, les agradezco por cada una de las cosas que hemos compartido, solo nosotros sabemos lo que tuvimos que superar para llegar hasta aquí, y por eso, este logro también es de ustedes, con todo mi amor y gratitud, esta dedicatoria es para mi familia, que es y siempre será mi mayor motivo para seguir viviendo.

Inti Daniel Amangandi Caspi

Este proyecto de investigación va dirigido a mi familia fuente de mi inspiración. Con mucho cariño a mis padres Pablo Muñoz y Guísela Garofalo quienes me dieron la vida gracias por creer en mí, por apoyarme siempre, por brindarme la fuerza para poder cumplir mis objetivos personales y académicos. Mamá que, con tu trabajo, has hecho para mí un soporte material y económico te agradeceré siempre. A mi hermano Pablo Muñoz mi compañero de vida por ser fuente de inspiración y motivación en este logro académico, quien sentó en mis las bases de responsabilidad y deseos de superación, en él tengo el espejo en el cual me quiero reflejar, pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan admirarlo cada día más, gracias por la confianza y el apoyo. A mi querida hija, Zamira Muñoz, que amo con todo mi ser, espero que este trabajo, que hoy termino, te sirva como un ejemplo de perseverancia y de amor por lo que haces. Porque tú eres la razón por la que siempre lucho, para ser mejor, te lo dedico con todo mi amor. y finalmente sin ser menos importante a 24 Horas A.A. Grupo Bolívar cuya valentía y resiliencia me han inspirado a trabajar arduamente en este proyecto. Su determinación es un ejemplo a seguir para todos. Su perseverancia es un testimonio del poder humano.

José Alejandro Muñoz Garofalo

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

LIC.KLÉBER ROMERO, LIC. JOSÉ OLEAS Y LIC RENATO CABEZAS, EN SU ORDEN DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR "TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS SOCIOCULTURALES EN LA REVISTA DIGITAL `ASÍ NO MÁS´ Y SU INFLUENCIA EN LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023" DESARROLLADO POR **INTI DANIEL AMANGANDI CASPI Y JOSÉ ALEJANDRO MUÑOZ GAROFALO.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Integración Curricular, en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, enero de 2025

Firmado KLEBER RENATO ROMERO QUIROGA

LIC. KLÉBER ROMERO Q.

DIRECTOR

Firmado electrónicamente por: JOSE ARNULFO OLEAS OROZCO

LIC. JOSÉ OLEAS.

PAR ACADÉMICO

Firmado electrónicamente por: JORGE RENATO CABEZAS RAMOS

LIC. RENATO CABEZAS

PAR ACADÉMICO

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DEBOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

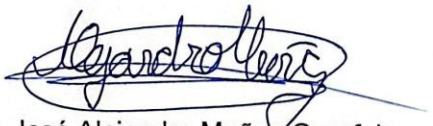
Nosotros Inti Daniel Amangandi Caspi y José Alejandro Muñoz Garofalo portadores de la Cédula de Identidad No 0202674529 y 0201946886 en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS SOCIOCULTURALES EN LA REVISTA DIGITAL 'ASÍ NO MÁS' Y SU INFLUENCIA EN LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023. Proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

ERK DANTE

Inti Daniel Amangandi Caspi



José Alejandro Muñoz Garofalo

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN III

ÍNDICE DE CONTENIDO VIII

ÍNDICE DE TABLAS XIII

ÍNDICE DE GRÁFICOS XIV

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN 6

ABSTRACT 7

CAPÍTULO I 8

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 8

1.1. Descripción del problema 8

1.2. Formulación del problema 10

1.3. Preguntas de Investigación 10

1.4. Justificación 11

1.5. Objetivos 14

1.5.1. Objetivo General 14

1.5.2. Objetivos Específicos 14

1.6. Idea a defender 15

1.7. Variables 15

1.7.1. Variable Dependiente 15

1.8. Operacionalización de variables 15

CAPÍTULO II 19

2. MARCO TEÓRICO 19

2.1. Antecedentes 19

2.2. Científico 20

Teorías de la Comunicación y Medios Digitales 20

Teoría de la Agenda-Setting. 21

Teoría del Framing. 21

Teoría del Espiral del Silencio. 22

Teoría de los Usos y Gratificaciones. 22

Teoría de la Comunicación Mediada por Computadora. 23

Teoría de la Long Tail en Medios Digitales. 23

Teoría de la Convergencia de Medios. 24

Teoría de la Democracia Digital. 25

Sociología de los Medios 25

Producción de Medios. 26

Contenido de los Medios. 27

Audiencias de los Medios. 28

Medios y Cambio Social. 28

Medios y Construcción de Identidad. 29

Influencia de los Medios en las Percepciones Públicas. 29

Ética y Regulación en Medios. 30

2.3. Conceptual 31

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) 31

Identidad Cultural Local 32

Diversidad y Multiculturalidad 33

Interculturalidad 34

Desarrollo Social y Comunitario 35

Participación Ciudadana y Activismo Social 36

Periodismo 37

Periodismo Cultural 39

Periodismo Social y Comunitario 40

Medios Digitales 41

Contenidos Informativos Socioculturales 42

2.4. Legal 46

Constitución de la República del Ecuador 46

Ley Orgánica de Comunicación 47

Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación 48

2.5. Georreferencial 49

CAPÍTULO III 51

3. METODOLOGÍA 51

3.1. Tipo de Investigación 51

3.1.1. Investigación Descriptiva 51

3.1.2. Investigación Cualitativa 52

3.1.3. Investigación Cuantitativa 53

3.2. Métodos de Investigación 54

3.2.1. Método Inductivo 54

3.2.2. Método Deductivo 54

3.2.3. Método Descriptivo 55

3.2.4. Método Estadístico 55

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 56

3.3.1. Análisis de Contenido 56

3.3.2. Entrevistas Semiestructuradas 61

3.3.3. Encuestas 61

3.4. Universo, Población y Muestra 62

3.5. Procesamiento de la Información 63

3.5.1. Entrevista 63

3.5.2. Encuesta 68

CAPÍTULO IV 69

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 69

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 69

Pregunta 1. ¿Cree usted que la revista 'Así No Más' ofrece una cobertura amplia y detallada sobre los temas socioculturales relevantes para Guaranda? 70

Pregunta 2. ¿Opina que los temas socioculturales tratados en la revista 'Así No Más' reflejan de manera justa y equitativa las diversas perspectivas de la comunidad de Guaranda? 71

Pregunta 3. ¿Los artículos sobre temas socioculturales en la revista 'Así No Más' generan en usted una respuesta emocional significativa (como empatía, orgullo o preocupación)? 72

Pregunta 4. ¿Se siente identificado/a con la forma en que la revista 'Así No Más' presenta y aborda los temas socioculturales que son importantes para usted y su comunidad? 73

Pregunta 5. ¿Ha motivado la lectura de la revista 'Así No Más' a involucrarse más activamente en asuntos socioculturales o eventos comunitarios en Guaranda? 74

Pregunta 6. ¿Considera usted que los temas socioculturales en la revista 'Así No Más' son tratados con un alto nivel de profundidad y análisis? 75

Pregunta 7. ¿Siente una conexión emocional fuerte con los temas socioculturales presentados en la revista 'Así No Más'? 76

Pregunta 8. ¿Ha cambiado su comportamiento o participación en actividades culturales o sociales como resultado de leer sobre temas socioculturales en la revista 'Así No Más'? 77

Pregunta 9. ¿Le ha llevado la lectura de la revista 'Así No Más' a reflexionar y posiblemente cambiar su opinión sobre ciertos temas socioculturales? 78

Pregunta 10. ¿Tiene la intención de buscar más información o involucrarse más a fondo en los temas socioculturales tratados en la revista 'Así No Más' a raíz de su lectura? 79

4.2. Interpretación 80

4.3. Discusión de resultados 81

4.3.1. Correlación de conocimiento de la revista 82

CAPÍTULO V 83

5. PROPUESTA 83

6. CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES 93

6.1. Conclusiones 93

6.2. Recomendaciones 94

BIBLIOGRAFÍA 95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable independiente: El enfoque editorial y la naturaleza del contenido sociocultural presentado en la revista digital ‘Así No Más’. 16

Tabla 2. Variable independiente: Percepción de los habitantes respecto a temas socioculturales..... 17

Tabla 3. Variable dependiente: Actitud de los habitantes respecto a temas socioculturales. 18

Tabla 4. Datos pregunta 1 de la encuesta realizada. 70

Tabla 5. Datos pregunta 2 de la encuesta realizada. 71

Tabla 6. Datos pregunta 3 de la encuesta realizada. 72

Tabla 7. Datos pregunta 4 de la encuesta realizada. 73

Tabla 8. Datos pregunta 5 de la encuesta realizada. 74

Tabla 9. Datos pregunta 6 de la encuesta realizada. 75

Tabla 10. Datos pregunta 7 de la encuesta realizada. 76

Tabla 11. Datos pregunta 8 de la encuesta realizada. 77

Tabla 12. Datos pregunta 9 de la encuesta realizada. 78

Tabla 13. Datos pregunta 10 de la encuesta realizada. 79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Organigrama Contenidos Informativos Socioculturales 42

Gráfico 2. Resumen de la Producción de Medios 27

Gráfico 3. Georreferencia ciudad de Guaranda 50

Gráfico 4. Tabulación gráfica pregunta 1. 70

Gráfico 5. Tabulación gráfica pregunta 2. 71

Gráfico 6. Tabulación gráfica pregunta 3. 72

Gráfico 7. Tabulación gráfica pregunta 4. 73

Gráfico 8. Tabulación gráfica pregunta 5. 74

Gráfico 9. Tabulación gráfica pregunta 6. 75

Gráfico 10. Tabulación gráfica pregunta 7. 76

Gráfico 11. Tabulación gráfica pregunta 8. 77

Gráfico 12. Tabulación gráfica pregunta 9. 78

Gráfico 13. Tabulación gráfica pregunta 10. 79

INTRODUCCIÓN

La investigación sobre el tratamiento de los contenidos informativos socioculturales en la revista digital ‘Así No Más’ y su influencia en los habitantes de la ciudad de Guaranda en el año 2023 se centra en analizar cómo esta revista digital aborda temas socioculturales relevantes para la comunidad guarandeña y evaluar el impacto que dichos contenidos tienen en la percepción, actitudes y comportamientos de sus habitantes. También el presente trabajo busca comprender el alcance de la influencia de estos contenidos en la opinión pública y los cambios en la percepción y actitud de los habitantes de la ciudad respecto a temas socioculturales en el año 2023. (Cortés Tarapuez & Criollo Chimbo, 2024)

Este trabajo tiene como principal interés comprender el rol y la influencia de los medios digitales en la formación de la conciencia y la identidad sociocultural en contextos locales específicos. Al enfocarse en la revista ‘Así No Más’ y su audiencia en Guaranda, la investigación busca analizar cómo la presentación y el enfoque de temas socioculturales en un medio digital influyen en la percepción y el comportamiento de los habitantes de la ciudad. Este estudio es relevante para entender la dinámica entre los medios digitales y la sociedad en una era de creciente digitalización, proporcionando datos valiosos sobre la efectividad de los medios digitales en fomentar la inclusión, la diversidad y la participación ciudadana, así como su capacidad para reflejar y efectuar la cultura local y las problemáticas sociales en un entorno urbano específico de Ecuador. (Bonilla et al., 2018)

La revista digital ‘Así No Más’ nace un 17 de junio del 2019 como una alternativa novedosa en la provincia, de hecho, se convierte en el único medio digital legalmente constituido, hasta el momento, que existe en la provincia pues cuenta con el certificado de funcionamiento y creación

emitido por el Consejo de Comunicación del Ecuador a través del Registro Público de Medios, y lo cual se puede corroborar en el listado de medios de comunicación social que emite esta entidad. Esta revista tiene como objetivo ser el mejor medio de comunicación digital multiplataforma de mayor credibilidad en la provincia Bolívar; enfocado al servicio social y a la cercanía con el público; esta cercanía se traduce en un trabajo digital orgánico, que consiste en conseguir seguidores sin ningún tipo de ayuda automatizada por alguna red social sino mediante el contacto directo con la comunidad, además este medio está alineado con las ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible, que son una colección de 17 objetivos globales establecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU); y que están diseñados para abordar una amplia gama de cuestiones de desarrollo sostenible a nivel global, incluyendo la pobreza, el hambre, la salud, la educación, la igualdad de género, el agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, entre otros (Gil, 2018).

El Capítulo I de la presente investigación comienza con una descripción detallada del problema, identificando cómo la revista aborda temas socioculturales y su potencial impacto en Guaranda. Se formula el problema, desglosando las variables clave, como el tratamiento de contenido y su influencia, para su medición y observación. Las preguntas de investigación se centran en explorar la relación entre la revista y la percepción cultural de los habitantes. La justificación del estudio resalta su importancia y su contribución a la línea de investigación en medios digitales y su impacto sociocultural. Los objetivos del estudio se dividen en un objetivo general, enfocado en comprender el impacto de la revista, y objetivos específicos, que detallan aspectos concretos como las tendencias en la cobertura de temas socioculturales. La hipótesis plantea que la revista influencia significativamente la percepción cultural de los habitantes de

Guaranda. Finalmente, las variables son operacionalizadas para permitir una evaluación precisa de cómo la revista digital afecta a su audiencia en términos socioculturales.

El Capítulo II, correspondiente al Marco Teórico, proporciona una base teórica integral y multidimensional. Comienza con una revisión de antecedentes académicos y artículos de investigación que abordan temas relacionados con los medios digitales y su impacto sociocultural, específicamente en contextos similares a Guaranda. Seguidamente, se adentra en las bases científicas, examinando teorías clave de la comunicación y la sociología de los medios que son pertinentes para entender el impacto de los medios digitales en la sociedad. La sección conceptual aclara y define términos fundamentales como "contenidos informativos socioculturales" y "medios digitales". La parte legal del capítulo detalla el marco legal relevante en Ecuador, centrado en la Ley Orgánica de Comunicación y otras normativas que inciden en los medios y la difusión de información. Finalmente, el aspecto georreferencial del capítulo proporciona información del lugar geográfico en donde se realiza la investigación.

En el Capítulo III, se establece un marco detallado para la recopilación y análisis de datos. La investigación se clasifica como una combinación de descriptiva y correlacional, adoptando un enfoque mixto que integra métodos cuantitativos y cualitativos. Esto incluye el análisis de contenido de la revista para examinar cómo se presentan los temas socioculturales, y encuestas o entrevistas para evaluar su impacto en los habitantes de Guaranda. Las técnicas e instrumentos de recolección de datos, como cuestionarios y guías de entrevista, se detallan para asegurar una recopilación de datos efectiva y precisa. Se define la población de estudio como los habitantes de Guaranda, con una muestra representativa seleccionada para el análisis. El procesamiento de la información se aborda explicando cómo se organizarán y analizarán los datos, incluyendo el uso de herramientas estadísticas y de análisis cualitativo, para garantizar resultados válidos y

confiables. Este capítulo es esencial para entender cómo se llevará a cabo la investigación y cómo se obtendrán y analizarán los datos para responder a las preguntas de investigación planteadas.

El Capítulo IV de la investigación actual se dedica a presentar y analizar los datos recolectados. Inicialmente, en la sección de análisis, interpretación y discusión de resultados, se detalla el tratamiento de los contenidos socioculturales por la revista y su impacto en la comunidad de Guaranda, contrastando estos hallazgos con el marco teórico establecido y explorando las conexiones, tendencias y patrones emergentes. La discusión se centra en cómo los resultados se alinean o desvían de las expectativas y estudios previos, proporcionando una comprensión profunda de las dinámicas entre los medios digitales y la sociedad. Si se formuló una hipótesis, se procede a su comprobación, evaluando si los resultados obtenidos la validan, la refutan o sugieren matices adicionales. Este capítulo integra críticamente los hallazgos con el conocimiento existente, ofreciendo una interpretación significativa y contextualizada que resalta la relevancia y las implicaciones de la investigación en el campo de los medios digitales y su influencia sociocultural.

Finalmente, en el Capítulo V se condensan los descubrimientos clave, destacando cómo la revista trata los contenidos socioculturales y el efecto de estos en la percepción y comportamiento de la audiencia. Se evalúa hasta qué punto los hallazgos corroboran la hipótesis planteada, responden a las preguntas de investigación y alcanzan los objetivos propuestos, reflexionando sobre las contribuciones del estudio al conocimiento existente y sus limitaciones. Las recomendaciones, derivadas de los resultados y conclusiones, abordan sugerencias prácticas para la revista y otros medios similares en su enfoque de los contenidos socioculturales, así como propuestas para políticas culturales y comunitarias en Guaranda. Además, se sugieren líneas de investigación futuras, con el objetivo de profundizar en el entendimiento de la interacción entre los medios digitales y las dinámicas socioculturales. Este capítulo resalta la importancia del estudio

en el contexto más amplio de los medios digitales y su papel en la sociedad, ofreciendo una visión integral y propositiva de la investigación realizada.

RESUMEN

El presente trabajo de integración curricular se centra en evaluar cómo la revista digital aborda temas relevantes para la sociedad y cultura local, y el impacto de este tratamiento en la percepción y actitudes de los habitantes de Guaranda. El objetivo principal es entender la interacción entre los medios digitales y la comunidad en un contexto sociocultural específico, analizando tanto el contenido presentado por la revista como las respuestas de los lectores a este. La metodología empleada combina análisis de contenido para examinar la naturaleza de los temas socioculturales tratados en la revista y encuestas a los habitantes para evaluar cómo estos contenidos afectan sus opiniones, conocimientos y actitudes. Los resultados preliminares sugieren que 'Así No Más' juega un rol significativo en la formación de la opinión pública y la conciencia cultural en Guaranda, con variaciones en la influencia y la percepción basadas en diferencias demográficas como edad y educación. Este estudio es esencial para comprender la dinámica entre medios digitales y percepciones socioculturales en contextos urbanos específicos, ofreciendo datos valiosos para los creadores de contenido, académicos y responsables de políticas sobre la importancia de un tratamiento mediático adecuado y su impacto en la sociedad.

Palabras Clave: revista digital, temas socioculturales, Guaranda, Así No Más

ABSTRACT

This curricular integration work focuses on evaluating how the digital magazine addresses topics relevant to local society and culture, and the impact of this approach on the perception and attitudes of the inhabitants of Guaranda. The main objective is to understand the interaction between digital media and the community in a specific sociocultural context, analyzing both the content presented by the magazine and the readers' responses to it. The methodology employed combines content analysis to examine the nature of the sociocultural topics covered in the magazine and surveys of the inhabitants to assess how these contents affect their opinions, knowledge, and attitudes. Preliminary results suggest that ‘Así No Más’ plays a significant role in shaping public opinion and cultural awareness in Guaranda, with variations in influence and perception based on demographic differences such as age and education. This study is essential for understanding the dynamics between digital media and sociocultural perceptions in specific urban contexts, offering valuable insights for content creators, academics, and policymakers about the importance of appropriate media treatment and its impact on society.

Keywords: digital magazine, sociocultural themes, Guaranda, Así No Más

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del problema

La selección del tema investigativo se enmarca en un contexto social, económico, cultural, científico y tecnológico complejo y dinámico, característico de la era digital contemporánea y de las particularidades de Ecuador como país en desarrollo con una rica diversidad cultural. Desde una perspectiva social y cultural, Ecuador, al igual que muchas otras sociedades está experimentando una transformación significativa debido al aumento de la digitalización y la globalización. Estos cambios afectan la forma en que las comunidades interactúan, se informan y mantienen sus tradiciones culturales. En este contexto, los medios digitales, especialmente las revistas digitales, emergen como plataformas clave para la agrupación de información y la formación de la opinión pública. Estos medios tienen el poder no solo de informar sino también de influir en la percepción y valoración de los aspectos socioculturales, incluyendo la promoción de la diversidad cultural, la inclusión social y la participación cívica. (Diaz Patiño, 2020)

Económicamente, Ecuador enfrenta el reto de integrar tecnologías digitales en su estructura productiva y en sus medios de comunicación, lo que implica una adaptación tanto en la producción de contenido como en el consumo de información. La revolución digital ha cambiado la forma en que se genera y consume el contenido, con implicaciones significativas para la sostenibilidad económica de los medios tradicionales y digitales y, por ende, para la calidad y diversidad del contenido que producen. (Hidalgo Albuja & Andrade Lara, 2019)

Científica y tecnológicamente, el avance en las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) ha transformado radicalmente el panorama mediático. La capacidad de difundir información de manera rápida y a un público más amplio plantea preguntas sobre la precisión, la responsabilidad y el impacto del contenido que se publica. La interacción entre los usuarios y los medios digitales a través de plataformas en línea, redes sociales y sistemas de retroalimentación en tiempo real también ha generado nuevas dinámicas en la comunicación y en la relación entre los medios y sus audiencias. (Chancusig Chisag et al., 2019)

En este panorama, el tema seleccionado busca explorar cómo una revista digital específica en Ecuador aborda temas socioculturales relevantes y cómo esto impacta en la población de una ciudad específica. Este estudio es crucial para comprender el papel de los medios digitales en la formación de la identidad cultural, la promoción de la diversidad y la inclusión, y su influencia en la opinión pública en un contexto de cambios rápidos y complejos. Además, ofrece datos valiosos para los creadores de contenido, responsables de políticas y la sociedad en general sobre cómo navegar y capitalizar el poder de los medios digitales en el fortalecimiento del tejido social y cultural en Ecuador. (Gómez Chávez et al., 2021)

Por tanto, el Tratamiento de los contenidos informativos socioculturales en una revista digital y su influencia en los habitantes de una ciudad, año 2023 se enfoca en entender cómo la gestión y presentación de temas socioculturales por parte de la revista digital Así No Más afectan las percepciones, actitudes y comportamientos de los guarandeños en un contexto urbano. Con la omnipresencia de los medios digitales y su poder en modelar discursos públicos, surgen cuestiones clave sobre la selección y diversidad de los contenidos, la profundidad del análisis ofrecido, la representatividad de diferentes grupos y perspectivas, y el equilibrio entre veracidad y objetividad frente a las presiones comerciales y de monetización. Este problema se complica con el papel de

la tecnología y la interactividad en la forma en que se consumen estos contenidos, y cómo esto, a su vez, influye en la participación cívica y cultural de los individuos. En un entorno donde la desinformación puede ser dominante, evaluar el impacto de esta revista en la confianza y credibilidad del público de la ciudad de Guaranda, así como su efecto en la conformación de una sociedad informada y culturalmente activa, es crucial. El problema, por lo tanto, encapsula una intersección de comunicación digital, cultura, sociedad y tecnología, representando un desafío multidimensional en el análisis de la influencia de los medios digitales en la vida urbana contemporánea. (Jiménez & del Alcázar Ponce, 2021)

1.2. Formulación del problema

¿Cómo afecta el tratamiento de contenidos informativos socioculturales en la revista digital 'Así No Más' a las percepciones, actitudes y comportamientos de los habitantes de la ciudad de Guaranda, año 2023?

1.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo representa la revista las diversas culturas y comunidades dentro de Ecuador?
- ¿En qué medida la revista incorpora contenido relacionado con temas sociales actuales y relevantes para la comunidad local?
- ¿De qué manera la revista digital aborda temas sensibles o controvertidos relacionados con la sociedad ecuatoriana?
- ¿En qué medida los lectores consideran que la revista refleja de manera precisa y justa su realidad sociocultural?
- ¿Han influido los contenidos de la revista en el nivel de conciencia o conocimiento sobre aspectos culturales o sociales específicos de la comunidad?

1.4. Justificación

La justificación para investigar el " Tratamiento de los Contenidos Informativos Socioculturales en la Revista Digital ‘Así No Más’ y su influencia en los habitantes de la ciudad de Guaranda, año 2023" radica en la creciente importancia de los medios digitales en la formación de opiniones y comportamientos culturales. En una era donde la información digital es omnipresente, comprender cómo las revistas digitales influyen en la percepción y el comportamiento social es crucial para evaluar su rol en la modelación de la conciencia cultural y social. Esta investigación es fundamental para entender la representación de la diversidad, la veracidad de la información, y la interactividad con el público en un contexto mediático digital, ofreciendo recursos valiosos sobre cómo estos factores afectan la participación de la colectividad guarandeña y la formación de identidades culturales. Además, proporciona una base para el desarrollo de prácticas mediáticas más responsables y efectivas en el tratamiento de contenidos socioculturales, en un momento en que la precisión y el equilibrio en la comunicación son más relevantes que nunca. (Gómez Chávez et al., 2021)

Este estudio además es crucial en varios aspectos. Desde una perspectiva sociocultural, este tema permite explorar cómo los medios digitales, específicamente una revista digital, reflejan y dan forma a la cultura y sociedad locales. En una era donde la digitalización está redefiniendo rápidamente el panorama mediático, entender cómo se representan y manejan los temas socioculturales en estos nuevos medios es esencial. Para Guaranda, una ciudad con una rica herencia y diversidad cultural, este análisis es particularmente pertinente. Revela cómo se presentan las tradiciones, los desafíos sociales, las identidades culturales y las narrativas locales en un medio digital, ofreciendo perspectivas sobre la preservación de la cultura local en el contexto de la globalización y la digitalización. Este estudio también puede iluminar la dinámica entre la

modernización mediática y la conservación cultural, un equilibrio crítico para comunidades con profundas raíces culturales. (Ramírez Campos, 2019)

La relevancia de la presente investigación radica en su capacidad para informar sobre el impacto de los medios digitales en la formación de la opinión pública y la conciencia social. Al investigar la influencia de 'Así No Más' en los habitantes de Guaranda, se pueden obtener datos valiosos sobre cómo los medios digitales afectan la percepción y la interpretación de los ciudadanos sobre temas críticos. Esto es significativo en un contexto donde los medios digitales no solo son canales de información, sino también poderosos formadores de opinión. El estudio puede revelar hasta qué punto la revista contribuye a la educación, la sensibilización y el compromiso de la comunidad con asuntos socioculturales, desde la política hasta el medio ambiente y los derechos humanos. Comprender esta influencia es vital para evaluar el papel de los medios digitales en la promoción de una sociedad informada, crítica y activa, especialmente en un entorno urbano que puede estar experimentando rápidos cambios sociales y económicos. (Terán Villegas & Aguilar Castro, 2018)

Además, la presente investigación tiene una trascendencia significativa en el ámbito académico y práctico. Académicamente, aporta al creciente cuerpo de conocimiento sobre los medios digitales y su interacción con contextos socioculturales específicos. Ofrece una oportunidad para examinar teorías de la comunicación y los medios en la práctica, adaptándolas a un contexto específico y contemporáneo. En un nivel práctico, los hallazgos de esta investigación pueden guiar a los creadores de contenido en la revista y otros medios similares para mejorar su enfoque en el tratamiento de temas socioculturales, garantizando que sean inclusivos, representativos y sensibles a las necesidades y percepciones de su audiencia. Además, puede informar a las políticas públicas y estrategias de comunicación en Guaranda y otras ciudades

similares, subrayando la importancia de los medios digitales como herramientas para la promoción de la cohesión social, la educación cultural y el desarrollo comunitario. Por tanto, la investigación no solo es relevante para comprender el presente, sino también para moldear estrategias de comunicación efectivas y culturalmente conscientes para el futuro. (Otero, 2020)

El estudio del tratamiento de los contenidos informativos socioculturales en la revista digital 'Así No Más' y su influencia en los habitantes de la ciudad de Guaranda en 2023 ofrece múltiples beneficios tanto a nivel académico como comunitario. Desde una perspectiva académica, este estudio contribuye al entendimiento de cómo los medios digitales interactúan y reflejan las dinámicas socioculturales en un contexto específico. Proporciona una plataforma para analizar la intersección entre la comunicación digital, la cultura y la sociedad, ampliando la comprensión de los impactos de la digitalización en la representación y percepción de temas socioculturales. Esta investigación puede revelar patrones significativos y tendencias en la presentación de contenidos informativos, contribuyendo al desarrollo de teorías y prácticas en los campos de la comunicación y los estudios culturales. Además, al centrarse en una revista digital específica y su influencia en la comunidad guarandeña, el estudio ofrece una visión en profundidad de cómo los medios digitales pueden servir como herramientas efectivas para la educación y la sensibilización sobre temas socioculturales importantes, fomentando así una sociedad más informada y comprometida. (Barranquero, 2019)

En cuanto a los beneficiarios, el estudio tiene un alcance amplio y diverso. Los resultados del estudio son beneficiosos para los profesionales de los medios de comunicación, particularmente aquellos involucrados en la producción de contenido para revistas digitales. Estos hallazgos pueden informar y mejorar sus prácticas editoriales, asegurando que el contenido sea culturalmente relevante, inclusivo y resonante con su audiencia. Los habitantes de Guaranda, como

sujetos directos del estudio, también se benefician al ser partícipes de un proceso que busca comprender y potencialmente mejorar la calidad y relevancia del contenido mediático que consumen. Además, los responsables de formular políticas y estrategias comunicativas en la región pueden utilizar los hallazgos para desarrollar iniciativas que promuevan una representación mediática más diversa y equitativa. Por último, la factibilidad del estudio se ve reforzada por la accesibilidad y el alcance de las herramientas digitales para la recopilación de datos, como las encuestas en línea, el análisis de contenido digital y las plataformas de redes sociales, lo que permite una investigación eficiente y profunda de los contenidos de la revista y su impacto en la comunidad. (Abifandi Cedeño et al., 2020)

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Analizar cómo el tratamiento de los contenidos informativos socioculturales en la revista digital ‘Así No Más’ afecta las percepciones, actitudes y comportamientos de los habitantes de la ciudad de Guaranda, año 2023.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Examinar cómo la revista digital ‘Así No Más’ selecciona y profundiza en diversos temas socioculturales, y cómo esta selección y tratamiento afectan la comprensión y el interés de los habitantes de la ciudad de Guaranda en dichos temas.

- Conocer cómo el tratamiento de los contenidos por la revista digital Así No Más moldea las percepciones y actitudes de los guarandeños hacia diferentes aspectos culturales y

sociales, incluyendo cambios en la opinión pública y en la valoración de temas culturales.

- Desarrollar un complemento de medios de comunicación audiovisuales, YouTube y Tik Tok, para la revista digital *Así No Más*, a fin de enriquecer su contenido y ampliar su alcance a través de formatos digitales innovadores, reportajes.

1.6. Idea a defender

El tratamiento de contenidos informativos socioculturales en la revista digital 'Así No Más' tiene un impacto significativo en la percepción y actitudes de los habitantes de Guaranda hacia temas sociales y culturales locales.

1.7. Variables

Variable Independiente

- El enfoque editorial y la naturaleza del contenido sociocultural presentado en la revista digital 'Así No Más'.

1.7.1. Variable Dependiente

- Percepción de los habitantes respecto a temas socioculturales.
- Actitud de los habitantes respecto a temas socioculturales.

1.8. Operacionalización de variables

Tabla 1. Variable independiente: El enfoque editorial y la naturaleza del contenido sociocultural presentado en la revista digital 'Así No Más'.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
El enfoque editorial y la naturaleza del contenido sociocultural presentado en la revista digital 'Así No Más'	El enfoque editorial de la revista se refiere a la orientación y las directrices que determinan cómo se seleccionan, organizan y presentan los temas dentro de la publicación. Este enfoque engloba la línea temática, el tono, el estilo, y la perspectiva bajo la cual la revista aborda los asuntos socioculturales, reflejando tanto las decisiones intencionales de los editores como la misión y visión general de la revista. Incluye la manera en que se tratan temas como la cultura local, los eventos sociales, las cuestiones políticas y los debates contemporáneos, y cómo estos se contextualizan en relación con la audiencia objetivo.	Línea Temática Tono y Estilo Perspectiva y Enfoque Diversidad e Inclusión Credibilidad y Veracidad	Número y tipo de temas socioculturales cubiertos. Frecuencia de publicación de artículos sobre temas específicos. Uso de lenguaje formal o informal en los artículos. Orientación ideológica o perspectiva predominante en la cobertura. Enfoque en grupos específicos o asuntos. Representación de diferentes grupos sociales y culturales. Cobertura de temas relacionados con minorías o grupos marginados. Citación de fuentes y referencias en los artículos. Verificación de hechos y datos presentados.	¿Qué tipos de temas socioculturales cubre la revista digital? ¿Cómo representa la revista las diversas culturas y comunidades dentro de Ecuador? ¿En qué medida la revista incorpora contenido relacionado con temas sociales actuales y relevantes para la comunidad local? ¿De qué manera la revista digital aborda temas sensibles o controvertidos relacionados con la sociedad ecuatoriana? ¿Cómo integra la revista las perspectivas y voces de diferentes grupos sociales, incluyendo minorías y comunidades indígenas?	Entrevista Semiestructurada Entrevista Semiestructurada Entrevista Semiestructurada Entrevista Semiestructurada Entrevista Semiestructurada

Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 2. Variable independiente: Percepción de los habitantes respecto a temas socioculturales.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
Percepción de los habitantes respecto a temas socioculturales	La Percepción de los habitantes respecto a temas socioculturales, se refiere a cómo los residentes de Guaranda interpretan, entienden y valoran los temas socioculturales presentados por la revista. Esta percepción engloba las actitudes, opiniones, y reacciones emocionales de los habitantes hacia los temas abordados, incluyendo cómo estos temas resuenan con sus experiencias, creencias y valores personales y colectivos. La variable captura no solo el nivel de conciencia o conocimiento sobre los asuntos socioculturales discutidos, sino también el grado en que estos contenidos influyen en las actitudes y opiniones de la comunidad sobre temas como la diversidad cultural, la inclusión social, la identidad local y otros aspectos relevantes de su entorno social y cultural. Esta percepción es fundamental para entender el impacto de los medios digitales en la sociedad y cómo la representación mediática de temas socioculturales puede afectar o reflejar el tejido social de una comunidad.	Nivel de Conciencia y Conocimiento Actitudes y Opiniones Reacciones Emocionales Influencia en Comportamientos y Acciones Percepción de Relevancia y Utilidad	Cantidad de información que los habitantes pueden recordar o describir sobre temas socioculturales tratados en la revista. Respuestas a preguntas de encuestas que evalúen actitudes positivas, negativas o neutras hacia los temas socioculturales presentados. Reportes o testimonios de cambios en la participación en actividades culturales o sociales tras la exposición a los contenidos de la revista. Comentarios o feedback que indiquen la apreciación del contenido como enriquecedor o educativo.	¿Cree usted que la revista ‘Así No Más’ ofrece una cobertura amplia y detallada sobre los temas socioculturales relevantes para Guaranda? ¿Opina que los temas socioculturales tratados en ‘Así No Más’ reflejan de manera justa y equitativa las diversas perspectivas de la comunidad de Guaranda? ¿Los artículos sobre temas socioculturales en ‘Así No Más’ generan en usted una respuesta emocional significativa (como empatía, orgullo, ¿o preocupación)? ¿Se siente identificado/a con la forma en que ‘Así No Más’ presenta y aborda los temas socioculturales que son importantes para usted y su comunidad? ¿Ha motivado la lectura de ‘Así No Más’ a involucrarse más activamente en asuntos socioculturales o eventos comunitarios en Guaranda?	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta

Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 3. Variable dependiente: Actitud de los habitantes respecto a temas socioculturales.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
Actitud de los habitantes respecto a temas socioculturales	Esta variable se refiere a las tendencias evaluativas, emocionales y de comportamiento que los residentes de esta ciudad muestran hacia los temas socioculturales presentados en la revista. Esta actitud engloba tanto las respuestas emocionales (como el agrado, la empatía o la indignación) como las opiniones y juicios de valor que los habitantes forman sobre estos temas, incluyendo su aceptación, rechazo o neutralidad hacia ellos. También abarca la predisposición a responder de cierta manera, lo que puede manifestarse en comportamientos concretos, como el debate, la participación en actividades culturales o sociales, o el compromiso en iniciativas relacionadas con los temas abordados. Esta actitud es un reflejo de cómo los contenidos socioculturales de la revista repercuten en las experiencias, creencias y valores de los habitantes, y es un indicador clave del impacto de la revista en la percepción y el compromiso social de la comunidad.	Evaluativa Emocional Conductual Cognitiva Intencional	Nivel de acuerdo o desacuerdo con los puntos de vista y perspectivas presentados en los contenidos socioculturales de la revista. Intensidad de las respuestas emocionales, como entusiasmo, indignación o empatía hacia los temas abordados. Medición de la comprensión y el análisis crítico de los contenidos socioculturales, posiblemente a través de preguntas específicas en encuestas. Declaraciones de intención de tomar medidas específicas o modificar actitudes en relación con los temas socioculturales tratados.	¿Considera usted que los temas socioculturales en 'Así No Más' son tratados con un alto nivel de profundidad y análisis? ¿Siente una conexión emocional fuerte con los temas socioculturales presentados en 'Así No Más'? ¿Ha cambiado su comportamiento o participación en actividades culturales o sociales como resultado de leer sobre temas socioculturales en 'Así No Más'? ¿Le ha llevado la lectura de 'Así No Más' a reflexionar y posiblemente cambiar su opinión sobre ciertos temas socioculturales? ¿Tiene la intención de buscar más información o involucrarse más a fondo en los temas socioculturales tratados en 'Así No Más' a raíz de su lectura?	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta

Fuente: Elaborado por los autores

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Como antecedentes investigativos y bibliográficos se ha considerado el trabajo investigativo colombiano de (Passega Rodríguez & Salom Urrego, 2019) donde mediante el enfoque cualitativo de la investigación se obtuvo como conclusión principal los conflictos interpersonales presentados en el ámbito educativo que se dan debido al tipo de contenido digital de las lecturas que tienen los estudiantes universitarios.

El trabajo investigativo de (Diaza Salazar, 2023) ha tenido como resultado principal la importancia de Facebook, en contraposición de los medios tradicionales como los diarios en la actualidad; y esto se ha obtenido mediante la metodología cuantitativa y la investigación aplicada; por lo que ha sido considerado como una referencia válida.

En el trabajo investigativo de (Castro Ramos, 2023) se ha utilizado la investigación descriptiva con enfoque cualitativo para determinar posibles estrategias que logren interacciones eficaces y permanentes para las radiodifusoras de la ciudad de Ambato y para su audiencia a través del WhatsApp; perspectiva similar al estudio actual.

También el trabajo investigativo de (Peralta Encalada & Piedra Santillán, 2022) propone mediante un análisis cualitativo descriptivo llegar a la conclusión principal que los contenidos publicados por La Posta no poseen multiplicidad de lenguajes, principalmente carencia de imágenes, texto y video; poco innovadores o que utilizan otro tipo de formatos que no son eficaces.

Además, en el artículo científico de la Nueva Revista – 161 de (Crespo, 2018) que mediante una revisión sistemática y meta-análisis se ha logrado establecer la capacidad de los medios digitales para actualizar y compartir noticias en tiempo real esto ha transformado la manera en que consumimos información. Esta rapidez supera a los métodos tradicionales de distribución de noticias, como los periódicos impresos.

Finalmente, otro fundamento científico se encuentra en el artículo académico de (Quimí Vera et al., 2023) donde se describe el ámbito de la comunicación y cómo la ética periodística juega un papel crucial en la construcción y presentación de contenidos informativos; basándose en un enfoque cualitativo y descriptivo, que emplea técnicas de entrevistas y análisis de contenido para evaluar los desafíos éticos que enfrentan los periodistas en un entorno digital caracterizado por la inmediatez y la falta de verificación de fuentes; pero destacando la importancia de la veracidad, la claridad y la objetividad en la información transmitida, subrayando además la necesidad de incluir múltiples perspectivas y verificar exhaustivamente los hechos antes de su difusión.

2.2. Científico

Teorías de la Comunicación y Medios Digitales

Las Teorías de la Comunicación y Medios Digitales abarcan un conjunto de marcos teóricos y conceptuales que buscan entender cómo la evolución tecnológica ha transformado las formas en que la información y las ideas son transmitidas, recibidas y percibidas en la sociedad. Estas teorías se extienden desde los principios clásicos de comunicación, como la agenda-setting y el framing, hasta conceptos más recientes que abordan la interacción en entornos digitales, como la comunicación mediada por computadora y la cultura participativa. Al analizar desde la

influencia de los medios en la opinión pública hasta el impacto de las redes sociales en la creación y distribución de contenido, estas teorías ofrecen datos cruciales para comprender las dinámicas contemporáneas de la comunicación en una era cada vez más digitalizada. (Otero, 2020)

Teoría de la Agenda-Setting.

La Teoría de la Agenda-Setting, formulada inicialmente por Maxwell McCombs y Donald Shaw en la década de 1970, propone que los medios de comunicación tienen una influencia significativa en la configuración de la agenda pública al determinar qué temas son considerados importantes. Esta teoría sostiene que, si bien los medios no necesariamente dictan cómo la gente debe pensar sobre estos temas, sí juegan un rol clave en establecer cuáles temas deben ser objeto de atención y discusión en la sociedad. La esencia de la Agenda-Setting es que la prominencia dada a las noticias y los temas en los medios de comunicación conduce al público a percibir esos temas como más importantes o relevantes, lo que se refleja en la opinión pública y en el discurso social general. En la era digital, esta teoría adquiere nuevas dimensiones con la influencia de las redes sociales y plataformas digitales en la formación de la agenda mediática. (Castillo Salina et al., 2021)

Teoría del Framing.

La Teoría del Framing, desarrollada en el campo de la comunicación, por su parte, se centra en cómo los medios de comunicación y los comunicadores moldean la percepción de la realidad a través del "encuadre" de la información. Esta teoría sostiene que la forma en que se presenta una noticia, incluyendo la selección de ciertos aspectos, ángulos y contextos, influye en cómo el público interpreta y entiende esa información. El framing no solo afecta la manera en que se perciben los eventos, sino que también guía la interpretación y la respuesta emocional del público

hacia esos eventos. Esta teoría es particularmente relevante en el análisis de la narrativa mediática y la opinión pública, ya que destaca el poder de los medios en dar forma a la realidad social y política a través de la construcción y presentación selectiva de hechos y opiniones. En la era digital, con el auge de las redes sociales y las plataformas en línea, el framing se ha vuelto aún más complejo y omnipresente, afectando significativamente la discusión pública y la formación de la opinión. (Igartua Perosanz et al., 2022)

Teoría del Espiral del Silencio.

La Teoría del Espiral del Silencio, propuesta por la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann en la década de 1970, postula que las personas tienen una tendencia natural a silenciar sus opiniones si perciben que estas son contrarias a la opinión mayoritaria o predominante en la sociedad. Según esta teoría, este silenciamiento se debe al temor del aislamiento social y a la exclusión. La teoría sugiere que los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la formación de lo que se percibe como la opinión mayoritaria, lo que a su vez influye a las personas a expresar o reprimir sus puntos de vista. En el contexto de los medios digitales y las redes sociales, esta teoría cobra relevancia al examinar cómo se forman y se modifican las percepciones de las opiniones predominantes, y cómo esto puede llevar a una polarización de las opiniones o a la homogeneización del discurso público. (Noelle Neumann & Ruiz Calderón, 2019)

Teoría de los Usos y Gratificaciones.

La Teoría de los Usos y Gratificaciones, surgida en la década de 1940 y desarrollada por Elihu Katz, Jay G. Blumler, y Michael Gurevitch, se enfoca en entender por qué y cómo las personas activamente buscan medios de comunicación específicos para satisfacer diversas necesidades personales y psicológicas. A diferencia de otras teorías de la comunicación que se

centran en el impacto de los medios en las personas, esta teoría pone énfasis en el uso activo y consciente de los medios por parte de los usuarios. Según esta perspectiva, los individuos utilizan los medios para gratificaciones tales como entretenimiento, información, identidad personal, integración social y escape. En el contexto de los medios digitales, esta teoría adquiere mayor relevancia, ya que la interactividad, la personalización y la amplia gama de opciones disponibles permiten a los usuarios buscar de manera más específica y diversa las gratificaciones deseadas a través de diferentes plataformas y contenidos. (García-Ruiz et al., 2018)

Teoría de la Comunicación Mediada por Computadora.

La Teoría de la Comunicación Mediada por Computadora (CMC), que emergió con el desarrollo de la tecnología digital, se centra en comprender las interacciones humanas que ocurren a través del uso de computadoras y otros dispositivos digitales, diferenciándolas de la comunicación cara a cara. Esta teoría explora cómo la ausencia de señales no verbales y la naturaleza a menudo anónima de la comunicación en línea afectan la forma en que las personas se expresan, interpretan mensajes y establecen relaciones. La Teoría de la Comunicación Mediada por Computadora destaca aspectos como la disminución de las restricciones sociales y físicas, lo que puede fomentar una mayor libertad de expresión, pero también puede llevar a malentendidos y comportamientos disruptivos. En el contexto de los medios digitales, esta teoría es clave para entender la dinámica de las redes sociales, los foros en línea, el correo electrónico y otras formas de comunicación digital, resaltando cómo estos medios reconfiguran las interacciones sociales y la construcción de la identidad en el entorno virtual. (López López et al., 2022)

Teoría de la Long Tail en Medios Digitales.

La Teoría de la Long Tail en Medios Digitales, popularizada por Chris Anderson en 2004, se centra en cómo las plataformas digitales han transformado las economías de mercado, permitiendo que una gran variedad de productos y contenidos de nicho encuentren su público. Esta teoría contrapone la tradicional concentración en un número limitado de 'éxitos' o productos masivos (la "cabeza corta") con una larga cola de opciones menos populares que, colectivamente, pueden representar un mercado significativo. En el contexto de los medios digitales, esto significa que contenidos y productos que no tendrían cabida en los medios tradicionales debido a su especificidad o baja demanda general, pueden prosperar en plataformas digitales gracias a la baja distribución y almacenamiento de costos y a la capacidad de llegar a audiencias globales y segmentadas. Esta teoría ha sido fundamental para entender el éxito de servicios de streaming, e-commerce y plataformas de contenido generado por usuarios, donde la diversidad y la personalización del contenido son clave. (Scolari, 2021)

Teoría de la Convergencia de Medios.

La Teoría de la Convergencia de Medios, desarrollada por Henry Jenkins, aborda el fenómeno en el que las tecnologías de la información, las telecomunicaciones y los medios de comunicación se fusionan, dando lugar a una integración de plataformas, contenidos y audiencias. Esta teoría sostiene que, en la era digital, los límites entre los distintos tipos de medios se vuelven cada vez más difusos, permitiendo que contenidos como texto, audio y video se distribuyan a través de múltiples plataformas como televisión, internet y dispositivos móviles. La convergencia de medios también implica un cambio en las dinámicas de producción y consumo de contenido, promoviendo una cultura participativa donde los usuarios no solo consumen contenido, sino que también lo crean, lo modifican y lo comparten. Este fenómeno ha llevado a nuevas formas de narrativa transmedia, publicidad integrada y a la formación de comunidades en línea,

transformando significativamente la manera en que interactuamos con los medios y entre nosotros. (Becerra & Mastrini, 2019)

Teoría de la Democracia Digital.

La Teoría de la Democracia Digital explora cómo las tecnologías de la información y comunicación, particularmente Internet y las redes sociales están redefiniendo las prácticas democráticas y la participación cívica. Esta teoría sugiere que el acceso digital ampliado facilita una mayor participación en los procesos políticos y en la toma de decisiones, permitiendo a los ciudadanos una interacción más directa y activa con sus representantes y con las instituciones gubernamentales. Sin embargo, también reconoce los desafíos asociados, como la propagación de desinformación, la polarización en línea y la brecha digital que puede excluir a ciertos grupos de la participación plena. La Democracia Digital implica tanto oportunidades para fortalecer la participación y transparencia democráticas, como riesgos relacionados con la calidad de la información y la equidad en el acceso y representación en el espacio digital. (Han, 2022)

Sociología de los Medios

La Sociología de los Medios es una disciplina que examina la interacción entre los medios de comunicación y la sociedad, analizando cómo los medios influyen y son influenciados por las estructuras sociales, culturales y políticas. Este campo de estudio se enfoca en comprender la producción, distribución y consumo de contenido mediático, así como su impacto en las percepciones, actitudes y comportamientos sociales. Considera tanto los efectos de los medios en la formación de la opinión pública y la identidad cultural, como el papel de los medios en la representación y potencial perpetuación de ideologías, normas y desigualdades sociales. La Sociología de los Medios aborda también cómo los cambios tecnológicos, especialmente en la era

digital, están reconfigurando las prácticas mediáticas y sus efectos en la sociedad, ofreciendo una perspectiva integral sobre la relación dinámica y compleja entre los medios y el entorno social en el que operan. (Luján García, 2021)

Producción de Medios.

La Producción de Medios se refiere al proceso de creación y desarrollo de contenido para diversas plataformas mediáticas como la televisión, radio, cine, medios digitales y prensa escrita. Este proceso abarca una serie de etapas que incluyen la conceptualización, guionización, financiación, producción, postproducción y distribución. En este contexto, factores como las tendencias del mercado, la audiencia objetivo, la tecnología disponible y las consideraciones legales y éticas juegan un papel crucial. La producción de medios no solo implica aspectos técnicos y creativos, sino también decisiones estratégicas y comerciales, donde las compañías mediáticas y los productores buscan equilibrar el contenido atractivo para su público con la rentabilidad y el cumplimiento de las regulaciones y normas de la industria. En la era digital, la producción de medios también se ha expandido para incluir contenido generado por usuarios y producciones independientes, lo que ha diversificado las fuentes y los tipos de contenido disponibles. (López García et al., 2019)

Gráfico 1. Resumen de la Producción de Medios



Fuente: Elaborado por los autores

Contenido de los Medios.

Dentro de la Sociología de los Medios, el análisis del Contenido de los Medios se enfoca en examinar cómo los diversos tipos de contenido mediático reflejan, influyen y a veces perpetúan las estructuras sociales, culturales y políticas existentes. Este análisis crítico considera cómo los temas, narrativas y representaciones en los medios de comunicación (como noticias, películas, programas de televisión y contenido en línea) pueden moldear la percepción pública y las normas culturales. Se presta especial atención a cómo los medios representan diferentes grupos sociales, incluyendo cuestiones de género, raza, clase y orientación sexual, y cómo dichas representaciones pueden contribuir a la estigmatización o a la promoción de la igualdad y la inclusión. Asimismo,

se analiza el papel de los medios en la construcción de la realidad social, enfatizando la influencia que tienen en la formación de actitudes, valores y comportamientos en la sociedad. (Iglesias Álvarez, 2020)

Audiencias de los Medios.

El estudio de las Audiencias de los Medios se centra en cómo diferentes grupos demográficos interactúan con, interpretan y responden al contenido mediático. Esta área reconoce a las audiencias como agentes activos que no solo consumen contenido, sino que también lo interpretan y le dan significado basado en sus contextos sociales, culturales y personales. Los sociólogos examinan cómo variables como la edad, el género, la clase social y el trasfondo cultural influyen en las preferencias y percepciones de los medios. Este enfoque también considera la interacción de las audiencias con los medios en el entorno digital, donde la personalización del contenido y la formación de comunidades en línea basadas en intereses comunes son cada vez más prominentes. A través de este análisis, la Sociología de los Medios busca comprender la relación dinámica entre los medios y sus audiencias, y cómo esta interacción afecta la construcción social de la realidad y la identidad. (Arévalo & Cancelo Sanmartín, 2018)

Medios y Cambio Social.

En la Sociología de los Medios, la relación entre Medios y Cambio Social se centra en explorar cómo los medios de comunicación pueden ser tanto un catalizador como un reflejo del cambio social. Esta perspectiva examina el papel de los medios en la configuración de discursos públicos, la formación de la opinión pública y su capacidad para influir en las actitudes y comportamientos sociales. Se analiza cómo los medios pueden generar conciencia sobre cuestiones sociales, políticas y ambientales, desempeñando un papel crucial en movimientos

sociales y campañas de activismo. Por otro lado, también se considera cómo los medios pueden reforzar el status quo, perpetuando normas y valores existentes. Este enfoque incluye el estudio de la representación mediática de grupos marginados y la promoción de la diversidad e inclusión. Asimismo, se analiza el impacto de la tecnología digital y las redes sociales en la democratización de la producción de contenidos y en la facilitación de un diálogo social más amplio y participativo. En resumen, esta área de estudio destaca el papel significativo de los medios en la evolución de la sociedad y en la gestación de cambios culturales y estructurales. (Teso Alonso et al., 2018)

Medios y Construcción de Identidad.

El estudio de los Medios y la Construcción de Identidad se enfoca en cómo los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la formación y expresión de las identidades individuales y colectivas. Esta área explora cómo los medios no solo reflejan, sino que también moldean las percepciones de nosotros mismos y de los demás, influyendo en aspectos como el género, la raza, la etnicidad, la clase social y la nacionalidad. A través de la representación de diversos grupos y comunidades, los medios pueden reforzar o desafiar estereotipos y normas sociales, contribuyendo a la formación de la autoimagen y la identidad cultural. Además, en la era de los medios digitales y las redes sociales, se examina cómo las plataformas en línea permiten a los individuos presentar y explorar diferentes facetas de su identidad, facilitando la expresión personal y la pertenencia a comunidades virtuales. Este enfoque destaca la interacción dinámica entre los medios y la construcción de identidades, considerando tanto el impacto de los contenidos mediáticos en la percepción de uno mismo como en la relación con los demás en el entorno social. (Valera Ordaz, 2018)

Influencia de los Medios en las Percepciones Públicas.

Dentro de la Sociología de los Medios, el estudio de la Influencia de los Medios en las Percepciones Públicas se enfoca en cómo los medios de comunicación moldean y afectan la manera en que el público percibe la realidad, los eventos, y las cuestiones sociales y políticas. Los medios actúan como un importante intermediario entre la sociedad y la información, seleccionando y presentando noticias y contenido de una manera que puede enfatizar ciertos aspectos y minimizar otros, influenciando así la opinión pública. Esta área analiza cómo los medios pueden establecer agendas, crear marcos interpretativos y generar narrativas que impactan la comprensión pública de temas importantes, desde asuntos políticos hasta crisis sociales y ambientales. También se considera el papel de los medios en la formación de estereotipos y la construcción de discursos en torno a temas como la raza, el género y la clase. En la era digital, con el auge de las redes sociales y las plataformas de comunicación en línea, este fenómeno se ha intensificado, llevando a una mayor reflexión sobre el poder de los medios en la configuración de las percepciones y actitudes colectivas. (Terán Villegas & Aguilar Castro, 2018)

Ética y Regulación en Medios.

El tema de la Ética y Regulación en Medios toma gran relevancia dentro de la Sociología de los Medios pues abarca el conjunto de normas, principios y leyes que guían la práctica periodística y la gestión de los contenidos mediáticos para asegurar la responsabilidad, la veracidad y la equidad en la información. Este ámbito estudia cómo los códigos éticos y las regulaciones legales impactan la manera en que los medios operan y se relacionan con su audiencia y con la sociedad en general. Incluye aspectos como la precisión de la información, el respeto por la privacidad, la prevención de la difamación, el manejo de contenido sensible y el equilibrio entre la libertad de expresión y la protección del interés público. En el contexto de la globalización y la digitalización, la ética y regulación en medios también enfrentan desafíos adicionales relacionados

con la desinformación, la propiedad intelectual y el impacto de las redes sociales en la difusión de noticias. Este campo es crucial para entender cómo los medios pueden funcionar de manera ética y responsable, manteniendo la confianza del público y contribuyendo al bienestar social. (Arévalo & Cancelo Sanmartín, 2018)

2.3. Conceptual

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

El enfoque en Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) dentro del tema "Tratamiento de los contenidos informativos socioculturales en la revista digital ‘Así No Más’ y su influencia en los habitantes de la ciudad de Guaranda, año 2023" es fundamental para entender cómo la digitalización transforma la comunicación y la diseminación de la cultura. En este contexto, las TIC no solo facilitan la distribución de contenido, sino que también influyen en la forma en que se produce, se consume y se interactúa con él. (Teso Alonso et al., 2018)

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el periodismo digital se refieren al uso integral de herramientas digitales y sistemas tecnológicos que facilitan la producción, distribución, y consumo de contenido periodístico en plataformas digitales. Esto incluye desde herramientas básicas como procesadores de texto y sistemas de gestión de contenidos (CMS), hasta tecnologías más avanzadas como la analítica de datos, la inteligencia artificial (IA) y las plataformas de redes sociales. Las TIC han revolucionado el periodismo al permitir una mayor velocidad y eficiencia en la recopilación y diseminación de noticias, así como en la interacción con la audiencia. La digitalización a través de las TIC ha llevado a la emergencia de nuevos formatos periodísticos como el periodismo de datos, el periodismo móvil y el

periodismo interactivo, cambiando no solo la forma en que se presentan las noticias, sino también cómo se narran las historias. (Gómez Martínez, 2018)

En el núcleo de las TIC en el periodismo digital está la capacidad de alcanzar a una audiencia global instantáneamente, lo que ha democratizado el acceso a la información y ha multiplicado las voces en el espacio informativo. Las plataformas de redes sociales y los sistemas de distribución de contenido permiten a los medios de comunicación alcanzar a sus audiencias directamente y en tiempo real, fomentando un nivel de interactividad sin precedentes. Los usuarios no solo consumen contenido, sino que también interactúan con él, compartiéndolo, comentando y participando en diálogos en línea. Además, las herramientas de análisis de datos y la IA están permitiendo a los periodistas descubrir patrones y tendencias en grandes conjuntos de datos, lo que enriquece el periodismo investigativo y de datos. Sin embargo, el avance de las TIC también implica desafíos, como la necesidad de verificar la autenticidad en la era de la información rápida y la lucha contra la desinformación y las noticias falsas. Las TIC en el periodismo digital no solo han transformado la industria de las noticias, sino que también han redefinido la relación entre los medios de comunicación, su audiencia y la información en sí. (Díaz Vera et al., 2019)

Identidad Cultural Local

La identidad cultural local se refiere al conjunto de características, valores, prácticas y símbolos que definen y diferencian a una comunidad o grupo específico dentro de un área geográfica determinada. Esta identidad se forma a partir de una variedad de elementos, incluyendo el lenguaje, la religión, la gastronomía, las tradiciones, las expresiones artísticas, las historias compartidas y las experiencias colectivas. La identidad cultural local es un reflejo dinámico de las interacciones históricas y contemporáneas entre los miembros de la comunidad, así como de su

relación con su entorno y con otras culturas. Es fundamental para la cohesión social, ya que proporciona un sentido de pertenencia y continuidad, y juega un papel crucial en la preservación y transmisión de los valores y conocimientos de una generación a otra. En un mundo globalizado, la identidad cultural local adquiere una importancia aún mayor, ya que contribuye a la diversidad global y ofrece una rica fuente de conocimiento e inspiración para el intercambio y el entendimiento cultural. (Cepeda Ortega, 2018)

Esta identidad cultural local se manifiesta a través de los contenidos informativos y socioculturales que la revista digital presenta a sus lectores. La manera en que estos contenidos son tratados y difundidos no solo informa, sino que también refuerza y promueve los elementos distintivos de la cultura de Guaranda, contribuyendo a la preservación y valorización de su patrimonio cultural. La influencia de estos contenidos en los habitantes de Guaranda es significativa, ya que fomenta un sentido de pertenencia y continuidad cultural, y al mismo tiempo, adapta y refleja las dinámicas sociales y culturales contemporáneas de la comunidad. (Ordóñez et al., 2021)

Diversidad y Multiculturalidad

La diversidad y multiculturalidad se refieren al reconocimiento, aceptación y valoración de la amplia variedad de culturas, etnias, religiones, idiomas y expresiones que coexisten en una sociedad. Estos conceptos abogan por una convivencia armónica e inclusiva en la que las diferencias culturales no solo se toleran, sino que se consideran un activo enriquecedor. La multiculturalidad implica la interacción y el diálogo entre diversas culturas, promoviendo el respeto mutuo y el aprendizaje intercultural. En un mundo cada vez más globalizado y conectado, la diversidad y la multiculturalidad se han convertido en aspectos cruciales para el desarrollo

social, económico y cultural. Estos principios desafían las narrativas de homogeneidad y fomentan un enfoque más integrador y comprensivo de la sociedad, reconociendo que la diversidad cultural es una fuente de creatividad, innovación y resiliencia. La promoción de la diversidad y la multiculturalidad es fundamental para construir comunidades más inclusivas y justas, donde cada individuo tiene la oportunidad de contribuir y desarrollarse plenamente, respetando y celebrando la riqueza de las diferencias humanas. (Mato, 2018)

Por su parte, la multiculturalidad en la comunicación se centra en la interacción entre personas de diferentes culturas y cómo estas interacciones son influenciadas por los valores, normas y prácticas culturales de cada grupo. En este sentido, la multiculturalidad destaca la importancia de reconocer y respetar las diferencias culturales para facilitar una comunicación efectiva y respetuosa. Los comunicadores deben ser conscientes de las barreras potenciales, como los malentendidos y estereotipos, que pueden surgir debido a las diferencias culturales, y trabajar activamente para superarlas. La multiculturalidad en la comunicación no solo promueve la inclusión y la cohesión social, sino que también enriquece el tejido social al permitir que se escuchen y valoren las voces de todos los miembros de la sociedad. (Peinado Díaz, 2021)

Interculturalidad

La interculturalidad se refiere a la interacción y convivencia equitativa y respetuosa entre diferentes culturas, promoviendo el diálogo, el entendimiento y el enriquecimiento mutuo. La cual se refleja en la manera en que la revista digital aborda y presenta contenidos que no solo resaltan la cultura local de Guaranda, sino que también incluyen y valoran las diversas expresiones culturales presentes en la comunidad. Este enfoque no solo enriquece el contenido informativo,

sino que también promueve un ambiente de respeto y aprecio por la diversidad cultural, facilitando un mayor entendimiento y cohesión social. (Rodríguez Cruz, 2018)

La influencia de estos contenidos en los habitantes de Guaranda es significativa, ya que fomenta una conciencia intercultural que contribuye a la construcción de una sociedad más inclusiva y pluralista. Al exponer a la audiencia a una variedad de perspectivas y tradiciones culturales, la revista digital "Así No Más" desempeña un papel crucial en la promoción del diálogo intercultural y en la reducción de prejuicios y estereotipos. De esta manera, los contenidos socioculturales de la revista no solo informan, sino que también educan y sensibilizan a los habitantes, fortaleciendo el tejido social y cultural de Guaranda y contribuyendo al desarrollo de una comunidad más armoniosa y respetuosa de la diversidad cultural. (Bermeo Mejía & Collado Ruano, 2021)

Desarrollo Social y Comunitario

El desarrollo social y comunitario es un proceso integral que busca mejorar la calidad de vida y el bienestar de los individuos dentro de una comunidad a través de la promoción de la inclusión social, la equidad, la participación ciudadana y el fortalecimiento de las relaciones comunitarias. Centrándose en aspectos como la educación, la salud, la vivienda, el empleo y el acceso a servicios básicos, este enfoque busca no solo abordar las necesidades materiales de la comunidad, sino también fomentar un sentido de pertenencia, empoderamiento y cohesión social. El desarrollo social y comunitario implica la colaboración activa entre los miembros de la comunidad, organizaciones locales, gobiernos y otras partes interesadas, y se basa en un entendimiento profundo de las dinámicas socioculturales específicas de la comunidad. Este proceso es esencial para la construcción de sociedades sostenibles, ya que reconoce y valora la

diversidad cultural y social, y promueve la inclusión y el respeto por los derechos humanos. En última instancia, el desarrollo social y comunitario no solo busca mejorar las condiciones de vida actuales, sino también asegurar el bienestar y la prosperidad de las futuras generaciones. (Riera Vázquez et al., 2018)

El desarrollo social y comunitario se refiere al proceso de mejora de las condiciones de vida y bienestar de una comunidad a través de la participación activa, la cooperación y el fortalecimiento de las capacidades locales; que se manifiestan en la forma en que los contenidos de los medios de comunicación contribuyen a informar, educar y movilizar a los habitantes. Al abordar temas socioculturales relevantes y promover el diálogo sobre cuestiones de interés local, estos medios juegan un papel crucial en la sensibilización y empoderamiento de la comunidad, fomentando la participación ciudadana y el fortalecimiento del tejido social, lo cual es esencial para el progreso y la cohesión de la comunidad. (Martínez Ruque et al., 2018)

Participación Ciudadana y Activismo Social

La participación ciudadana se refiere al involucramiento activo de los individuos en los procesos de toma de decisiones y en la vida pública de su comunidad, buscando influir en las políticas, programas y acciones que afectan su entorno; lo que se evidencia en la interacción y retroalimentación de los habitantes con los contenidos publicados en los medios de comunicación. A través de la difusión de información sociocultural relevante y la creación de espacios para el diálogo y la expresión de opiniones, estos medios fomentan un ambiente donde los ciudadanos se sienten motivados y capacitados para participar activamente en la discusión y solución de problemas comunitarios, contribuyendo así a una gobernanza más inclusiva y democrática. (Suing et al., 2021)

El activismo social se refiere a la acción organizada y anticipado de individuos y grupos para promover, impedir o dirigir cambios sociales, políticos, económicos o ambientales, buscando justicia y mejoras en la sociedad. A través de la publicación de artículos que destacan injusticias, necesidades comunitarias y oportunidades para la acción colectiva, no solo se informa, sino que también se inspira y organiza a los ciudadanos para que participen activamente en la defensa y promoción de sus derechos y en la mejora de su entorno social, fomentando una ciudadanía más comprometida y activa. (Marcillo Toral, 2018)

La participación ciudadana y el activismo social son elementos cruciales en la construcción de sociedades democráticas y equitativas, representando la involucración activa de los individuos y grupos en los procesos de toma de decisiones y en la promoción de cambios sociales. Este concepto abarca una amplia gama de actividades, desde votar en elecciones y participar en consultas públicas hasta involucrarse en movimientos sociales, protestas y campañas de concienciación. El objetivo del activismo social y la participación ciudadana es influir en las políticas públicas, abogar por los derechos y necesidades de diversos grupos, y fomentar la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión gubernamental. Estos procesos son fundamentales para el empoderamiento de la comunidad, permitiendo que las voces de los ciudadanos sean escuchadas y contribuyan a moldear las sociedades en las que viven. Al promover una participación más activa y consciente, se fortalece el tejido social, se fomenta la justicia y la igualdad, y se contribuye al desarrollo de una cultura cívica robusta y dinámica. En última instancia, la participación ciudadana y el activismo social son vitales para la creación de comunidades más inclusivas, responsables y sólida. (Tornay Márquez et al., 2021)

Periodismo

El periodismo es una disciplina y práctica profesional dedicada a la recopilación, verificación, presentación y análisis de información sobre eventos actuales, tendencias, asuntos y personas. Su principal objetivo es informar al público de manera precisa y objetiva, contribuyendo así a la formación de una sociedad informada y participativa. El periodismo se realiza a través de diversos medios, incluyendo periódicos, revistas, radio, televisión y plataformas digitales. En la era de la información, el periodismo enfrenta desafíos significativos como la desinformación, la censura y la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías. Sin embargo, sigue siendo fundamental para la democracia, actuando como un vigilante que mantiene a los poderes en cheque y proporciona un espacio para el debate público. Además, el periodismo no solo se limita a informar sobre hechos, sino que también incluye el periodismo de opinión y el análisis, ofreciendo perspectivas y contextos que ayudan al público a entender mejor los eventos y temas complejos. Con el auge del periodismo digital y de datos, esta profesión continúa evolucionando, adoptando nuevas formas y herramientas para contar historias y llegar a audiencias globales. (Rivadeneira Prada, 2021)

El periodismo también juega un papel crucial en la formación de la opinión pública y en la promoción del debate y la deliberación democrática. A través de reportajes, entrevistas, editoriales y análisis, los periodistas no solo informan, sino que también interpretan y contextualizan los eventos, proporcionando a la audiencia las herramientas necesarias para comprender y participar activamente en la sociedad. En una era de constante flujo informativo y proliferación de noticias falsas, el periodismo adquiere una relevancia aún mayor, siendo esencial para la construcción de una ciudadanía bien informada y crítica. Así, el periodismo en la comunicación contemporánea no solo narra la realidad, sino que también contribuye a moldearla, ejerciendo una influencia significativa en la percepción y las acciones de la población. (J. S. Rodríguez, 2020)

Periodismo Cultural

El periodismo cultural es una rama del periodismo enfocada en la cobertura, análisis e interpretación de temas relacionados con las artes y la cultura. Este género abarca una amplia gama de campos, incluyendo literatura, cine, música, teatro, artes visuales, danza, patrimonio cultural, y tendencias culturales emergentes. El periodismo cultural no solo informa sobre eventos y producciones culturales, sino que también ofrece críticas, perfiles de artistas y creadores, y análisis en profundidad que buscan contextualizar las obras dentro de un marco social, histórico y estético más amplio. A través de sus narrativas, busca conectar al público con la expresión artística y cultural, fomentando la apreciación y el entendimiento de la diversidad cultural. Además, el periodismo cultural juega un rol crucial en el debate público sobre el valor y el impacto de la cultura en la sociedad, contribuyendo a la formación de una audiencia crítica y reflexiva y al fomento de la identidad cultural. En la era digital, este género se ha expandido para incluir nuevos formatos y plataformas, adaptándose a las cambiantes formas de consumo y producción cultural. (L. J. Rodríguez, 2019)

El periodismo cultural desempeña un papel esencial en la promoción de la diversidad cultural y el diálogo intercultural. Al dar visibilidad a las distintas manifestaciones culturales y sus creadores, fomenta una mayor valoración y respeto por la pluralidad de expresiones culturales presentes en una sociedad. Además, el periodismo cultural contribuye a la preservación del patrimonio cultural y a la difusión de nuevas tendencias y movimientos artísticos, actuando como un puente entre los artistas y el público. En un mundo globalizado, donde las culturas están en constante interacción, el periodismo cultural se convierte en un instrumento fundamental para el entendimiento mutuo y la cohesión social, enriqueciendo el panorama comunicacional con perspectivas y narrativas diversas. (Garbisu Buesa & Blanco Alfonso, 2019)

Periodismo Social y Comunitario

El periodismo social y comunitario, entonces, es un enfoque del periodismo que se centra en cubrir y destacar historias, temas y preocupaciones de comunidades específicas, poniendo especial énfasis en la voz y experiencia de grupos a menudo marginados o subrepresentados en los medios de comunicación tradicionales. Este tipo de periodismo busca ir más allá de la mera presentación de hechos, aspirando a promover el cambio social y la justicia, al tiempo que fomenta la participación ciudadana y el empoderamiento comunitario. Se caracteriza por su proximidad a la audiencia y su compromiso con la relevancia local, abordando temas como la pobreza, la desigualdad, los derechos humanos, el activismo comunitario y las cuestiones ambientales desde una perspectiva que a menudo desafía las narrativas dominantes. El periodismo social y comunitario se practica a través de una variedad de medios, incluidos los digitales, impresos y audiovisuales, y es esencial para construir puentes de entendimiento y solidaridad entre diferentes sectores de la sociedad, promoviendo una mayor inclusión y diversidad en el panorama informativo. (Barranquero, 2019)

El periodismo social y comunitario se enfoca en la cobertura de noticias y eventos que afectan directamente a las comunidades locales, destacando temas sociales, culturales y de interés público que son relevantes para el bienestar y desarrollo de la comunidad; que se manifiesta en la forma en que la revista digital aborda y difunde contenidos que reflejan las preocupaciones, aspiraciones y dinámicas de los habitantes. Este enfoque periodístico no solo informa, sino que también empodera a la comunidad, fomentando un entorno en el que los ciudadanos se sienten escuchados y motivados a contribuir activamente en la construcción de su realidad social y cultural. (Mendoza, 2023)

Medios Digitales

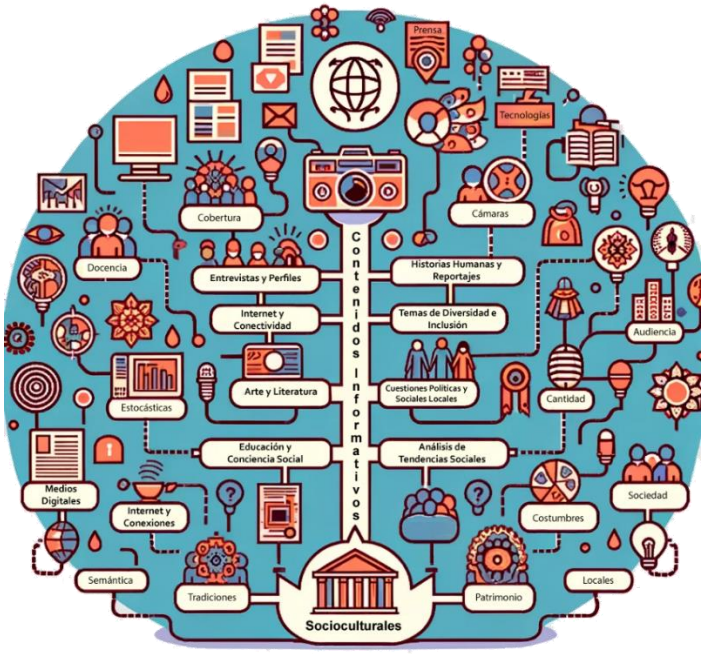
Los medios digitales se refieren al conjunto de plataformas y contenidos accesibles a través de tecnologías electrónicas, especialmente internet, que han revolucionado la forma en que la información y el entretenimiento se distribuyen y consumen. Incluyen una amplia gama de formatos como sitios web, redes sociales, blogs, podcasts, videojuegos, aplicaciones móviles y plataformas de streaming. Estos medios se caracterizan por su capacidad de interacción, personalización y alcance global instantáneo, facilitando un flujo de comunicación bidireccional donde los usuarios no solo consumen contenido, sino que también lo crean y lo comparten. Los medios digitales han democratizado la producción y el acceso a la información, permitiendo una diversidad sin precedentes de voces y perspectivas. Sin embargo, también plantean desafíos como la sobrecarga de información, la diseminación de noticias falsas y la brecha digital. Su influencia abarca desde el impacto en la opinión pública y el comportamiento social hasta la transformación de las industrias del entretenimiento, la publicidad y el periodismo, convirtiéndose en elementos esenciales y omnipresentes en la vida cotidiana moderna. (Barredo, 2021)

Los medios digitales se refieren a plataformas y herramientas de comunicación en línea que permiten la creación, difusión y consumo de información y contenidos a través de internet; lo que actualmente desempeña un papel crucial en la manera en que la información sociocultural es presentada y recibida por la comunidad. A través de formatos interactivos y participativos, los medios digitales no solo informan, sino que también generan un espacio de diálogo y retroalimentación, permitiendo que los habitantes se involucren activamente en la discusión y preservación de su patrimonio sociocultural, al mismo tiempo que adaptan sus prácticas y conocimientos a las dinámicas contemporáneas de la comunicación digital. (Morejón Vallejo & Zamora Pérez, 2019)

Contenidos Informativos Socioculturales

Los contenidos informativos socioculturales se refieren a información y narrativas que abordan aspectos relacionados con la sociedad y la cultura en una comunidad o región específica. Estos contenidos ofrecen análisis, noticias, reportajes y reflexiones sobre eventos culturales, cuestiones sociales, tradiciones, valores, identidad local, y otros aspectos que influyen en la vida de una sociedad. A través de diversas formas de medios de comunicación, como noticias, reportajes, entrevistas y análisis críticos, los contenidos informativos socioculturales contribuyen a la comprensión de la dinámica cultural y social, promoviendo la conciencia y el diálogo sobre temas relevantes para la comunidad. (Fernández Avilés, 2018)

Gráfico 2. Organigrama Contenidos Informativos Socioculturales



Fuente: Elaborado por los autores

El organigrama anterior nos muestra diferentes aspectos, los cuales prácticamente son los más cruciales en lo relacionado lo que tiene que ver con el tema de la presente investigación al ser cruciales para entender cómo los medios digitales influyen en la percepción pública y en la formación de la opinión; y se pueden determinar los siguientes:

Cobertura de Eventos Culturales y Sociales.

Esto incluye la representación de festivales, celebraciones, rituales, y eventos artísticos y culturales que son significativos para una comunidad o sociedad.

Temas de Diversidad e Inclusión.

La forma en que los medios tratan temas relacionados con la diversidad étnica, racial, de género, sexualidad, y religiosa. Esto puede incluir discusiones sobre igualdad, derechos humanos y representación de grupos minoritarios.

Educación y Conciencia Social.

Contenidos que buscan informar y educar al público sobre temas sociales importantes, como la pobreza, la educación, la salud pública, y el medio ambiente.

Análisis de Tendencias Sociales.

Artículos que exploran las tendencias sociales actuales, los cambios en los patrones de comportamiento y las actitudes de la sociedad, a menudo utilizando datos y estadísticas.

Entrevistas y Perfiles.

Artículos que presentan a personas influyentes en la comunidad, incluyendo líderes culturales, artistas, activistas y otros individuos que tienen un impacto sociocultural.

Historias Humanas y Reportajes.

Narraciones que se centran en las experiencias individuales y colectivas de las personas, ofreciendo una perspectiva más profunda sobre los problemas socioculturales.

Cuestiones Políticas y Sociales Locales.

Discusión de temas políticos y sociales relevantes para la comunidad local, incluyendo políticas gubernamentales, activismo y movimientos sociales.

Arte y Literatura.

Cobertura de temas relacionados con el arte y la literatura local e internacional, incluyendo reseñas, críticas y discusiones sobre su impacto en la sociedad.

Tradiciones y Patrimonio.

Artículos sobre las tradiciones culturales, el patrimonio histórico y su relevancia en el contexto contemporáneo.

Impacto de la Tecnología en la Sociedad.

Análisis de cómo las nuevas tecnologías están transformando aspectos culturales y sociales, desde la comunicación hasta el entretenimiento y la educación.

Comunicación.

El estudio y aprendizaje de la comunicación comenzó hace dos mil años. En un principio, la atención se centró de manera casi excluyente en la comunicación pública. Aristóteles creía que

un discurso efectivo era esencial para convencer a los ciudadanos de la importancia de su participación en los asuntos públicos. El propio filósofo enseñaba a sus estudiantes cómo desarrollar y presentar discursos de forma persuasiva y efectiva con el fin de influir en la vida pública. No obstante, en la actualidad, si bien sigue siendo un campo importante dentro de la comunicación no es el único foco de interés para los científicos de la comunicación. En estos momentos, y teniendo en cuenta una perspectiva global de la disciplina que nos ocupa, podríamos establecer las siguientes áreas o formas de comunicación: comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal, comunicación organizacional y comunicación de masas.

Comunicación y periodismo

La inclusión de las tecnologías de Información y de Comunicación Digitales TICD) en la vida diaria comienza su auge en los años ochenta y las primeras experiencias de redes telemáticas a finales de esta misma década. Actualmente estos "objetos tecnológicos" son cada vez más numerosos y complejos. En el hogar promedio de un pais desarrollado es posible encontrar teléfonos portátiles, faxes, microcomputadores, CD players, D D players, microcomponentes i Fi y consolas de videojuegos. Se habla incluso de una generación que nació y creció en el mundo digital.(Said Hung, 2010)

Periodismo.

La relación entre periodismo y desarrollo tanto individual como social es, pues, estrecha. La historia nos muestra igualmente que dicha. relación ha sido dinámica y particularmente comprometida. La posibilidad de manifestar públicamente opiniones en un principio, funda-mentalmente por escrito- no fue sino síntoma de una progresiva apertura en los modos de hacer y entender la política en el plano institucional.(Joareño Alarcón, 2009)

Medios de comunicación.

Los medios de comunicación social han protagonizado el gran encuentro informativo del siglo XX. Prensa, radio y televisión conviven y participan en el proceso de globalización de las sociedades y nadie pone en duda que los medios informativos desempeñan un papel relevante en la vida cotidiana de los ciudadanos ejerciendo un poder de transformación en la sociedad. Las ideas que cada día se vierten en páginas de periódicos, emisoras de radio y pan- tallas de televisión se convierten en hábitos de consumo cultural, social y político.(Fernández García & García Rico, 2001)

2.4. Legal

El marco legal ecuatoriano relacionado con el tratamiento de los contenidos informativos socioculturales en la revista digital 'Así No Más' en el 2023 se basa en varios aspectos claves para el trabajo de investigación desarrollado; entre los cuales se puede citar los siguientes cuerpos legales:

- ✓ Constitución de la República del Ecuador
- ✓ Ley Orgánica de Comunicación
- ✓ Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación

Constitución de la República del Ecuador

En cuanto a la Constitución de la República del Ecuador se incluyen disposiciones sobre medios de comunicación audiovisual, estableciendo derechos como la fundación de medios de comunicación social y la inclusión de personas con discapacidades en los medios. También prohíbe los monopolios y oligopolios en los medios de comunicación social. De esta forma se

listan los artículos y un resumen de cada uno de ellos: (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Artículo 16: Establece el derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social por cualquier medio y forma, incluyendo el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación y la creación de medios de comunicación social.

Artículo 17: El Estado fomenta la pluralidad y la diversidad en la comunicación, garantizando la asignación equitativa de las frecuencias del espectro radioeléctrico para estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y prohibiendo el oligopolio o monopolio de la propiedad de los medios y del uso de las frecuencias.

Artículo 18: Se reconoce el derecho de buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz y plural, y de acceder libremente a la información generada en entidades públicas o privadas que manejen fondos del Estado.

Artículo 19: Regula la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomenta la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente, prohibiendo la emisión de publicidad que induzca a la violencia, discriminación o cualquier forma de intolerancia.

Ley Orgánica de Comunicación

Esta ley regula tanto los medios audiovisuales como la prensa escrita, con un fuerte componente de regulación de contenidos de los medios. Esta ley también aborda la gestión del espectro radioeléctrico y las limitaciones a la formación de monopolios y oligopolios. Además, se

listan varios artículos de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador que se relacionan con los contenidos informativos socioculturales y medios digitales: (Ley Orgánica de Movilidad Humana, 2018)

Artículo 3: Define el "contenido comunicacional" como toda información u opinión producida, recibida, difundida e intercambiada a través de los medios de comunicación social.

Artículo 4: Establece que la Ley no regula la información u opinión emitida de modo personal a través de internet, aunque no excluye las acciones penales o civiles por infracciones a otras leyes cometidas a través de internet.

Artículo 5: Considera como medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión. Incluye la difusión de contenidos a través de medios impresos, radio, televisión y audio o vídeo por suscripción, y su replicación a través de internet.

Artículo 7: Trata sobre la información de relevancia pública o de interés general difundida por los medios de comunicación, y sobre la prevalencia en la difusión de contenidos de carácter informativo, educativo y cultural.

Además de garantizar la libertad de expresión en internet y promueve el acceso de todas las personas a la red, la alfabetización digital y la pluralidad lingüística.

Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación

El Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador incluye disposiciones relevantes para los contenidos informativos socioculturales y los medios digitales:

Medios en Internet: El reglamento reconoce como medios de comunicación aquellos que operan en la plataforma de internet en Ecuador y distribuyen contenidos informativos y de opinión. Estos tienen los mismos derechos y obligaciones que los medios de comunicación social definidos en la LOC.

Derecho de Réplica: Los medios de comunicación están obligados a difundir la réplica o rectificación en el mismo espacio o programa en que se difundieron los contenidos que motivaron el reclamo. En el caso de medios impresos, la rectificación debe ser publicada en el mismo espacio y sección.

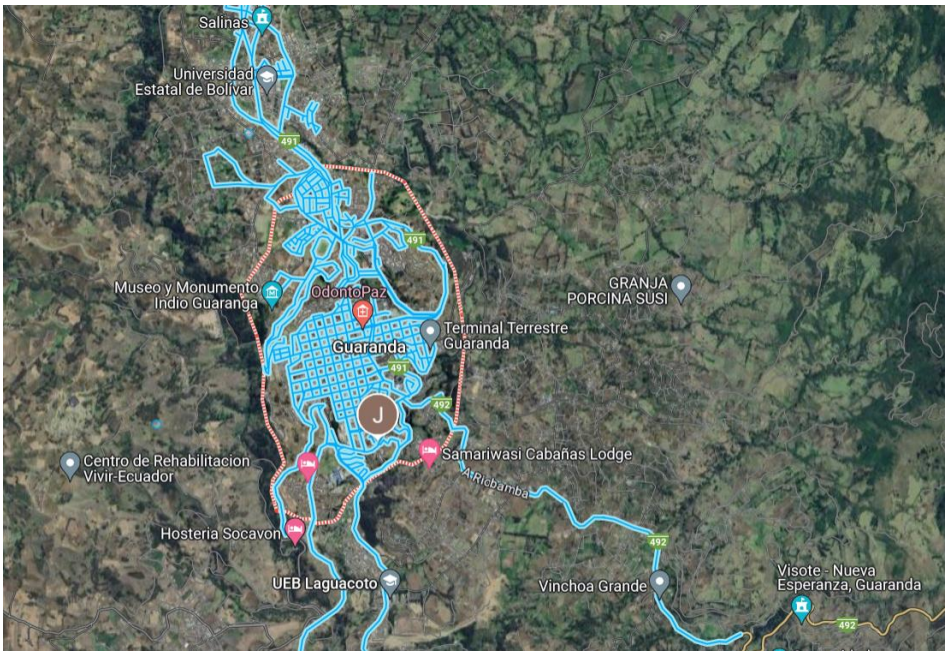
Contenidos Musicales: Se establece que la difusión de contenidos musicales producidos, compuestos o ejecutados en Ecuador en programas de radiodifusión sonora debe ser de al menos el 50%, pudiendo alternar con música internacional.

Producción Nacional en Medios Audiovisuales: Se determina que el porcentaje total de la producción nacional en los medios de comunicación audiovisual de origen nacional debe ser al menos del 60% de la programación diaria en la franja familiar. Además, deben incorporar un 10% de su programación de productos nacionales independientes.

2.5. Georreferencial

Este trabajo de investigación se ha desarrollado dentro de la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, Ecuador; incluyendo todas las parroquias y especialmente centrándose en las parroquias urbanas de la misma.

Gráfico 3. Georreferencia ciudad de Guaranda



Fuente: Elaborado por los autores

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

Para el presente desarrollo investigativo se considera el tipo de investigación Descriptiva, dada la naturaleza del tema que abarca aspectos de comunicación, medios digitales y su impacto social. Y el uso combinado de varios enfoques investigativos puede proporcionar una comprensión más rica y completa del tema.

3.1.1. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se caracteriza por la observación y descripción detallada de los fenómenos tal como ocurren en su entorno natural. Este tipo de investigación busca proporcionar una imagen precisa de las características, comportamientos y condiciones de un grupo específico, sin influir o modificar el contexto en el que se desarrollan. Los investigadores que emplean este enfoque recopilan datos a través de métodos como encuestas, entrevistas y observaciones directas, con el objetivo de describir patrones y tendencias relevantes. Al centrarse en el "qué" de la investigación, la investigación descriptiva permite una comprensión más profunda de la situación actual de los fenómenos estudiados, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones. (Nieto, 2018)

Según (Namakforoosh, 2000) “La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización el consumidor, objetos, conceptos y cuentas”(p. 91) por esta razón, la investigación descriptiva es esencial para

identificar y clasificar los distintos elementos antes de que se realicen estudios más profundos. Este tipo de investigación no solo analiza condiciones o comportamientos, sino que también puede realizar relaciones importantes entre distintas variables. Al aportar un marco detallado de información, por esto la investigación descriptiva facilita el desarrollo de teorías, la formulación de hipótesis y la toma de decisiones informadas.

Este tipo de investigación es útil para describir las características del fenómeno estudiado, en este caso, cómo la revista 'Así No Más' trata los contenidos informativos socioculturales; permitiendo detallar y describir las distintas maneras en que la revista aborda temas socioculturales, y cómo estos se presentan a la audiencia.

3.1.2. Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa se centra en la comprensión profunda de los fenómenos sociales y humanos a través de la recolección y análisis de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y textos. Este enfoque busca explorar las experiencias, percepciones y significados que las personas atribuyen a sus acciones y contextos, proporcionando una visión rica y detallada de la realidad. A diferencia de los métodos cuantitativos, que se enfocan en la medición y cuantificación, la investigación cualitativa valora la subjetividad y la complejidad de las interacciones humanas, permitiendo a los investigadores capturar las sutilezas y matices del comportamiento y la cultura. (Maxwell, 2019)

Al mismo tiempo, la investigación cualitativa utiliza un enfoque inductivo para desarrollar teorías y conceptos basados en los datos recopilados. Los investigadores cualitativos a menudo adoptan un papel flexible y reflexivo, ajustando sus métodos y preguntas a medida que emergen nuevos recursos durante el proceso de investigación. Este enfoque permite una comprensión más

holística y contextualizada de los fenómenos estudiados, ya que se considera el entorno y las circunstancias particulares en las que ocurren. En disciplinas como la antropología, la sociología y la psicología, la investigación cualitativa es fundamental para explorar y comprender las dinámicas complejas de las sociedades y las interacciones humanas, proporcionando una base sólida para la formulación de teorías y prácticas informadas. (Piza Burgos et al., 2019)

Este tipo de investigación es fundamental para entender las percepciones, opiniones y experiencias de los habitantes de Guaranda respecto a los contenidos de la revista. Métodos cualitativos como entrevistas en profundidad, grupos focales o análisis de contenido pueden revelar cómo la audiencia interpreta y se relaciona con los contenidos socioculturales.

3.1.3. Investigación Cuantitativa

La particularidad primordial de los datos cuantitativos es que se estructura de información que puede ser, de una forma u otra, medible. En otras palabras, podemos convertir los datos cuantitativos en números, cifras y gráficos y gestionarlos aplicando procedimientos estadísticos que son un tipo de método matemático. Cuando hacemos la observación cuantitativa, lo que nos interesa conocer normalmente es cuánto o cuántos casos hay de lo que sea que nos interesa saber.(Rasinger, 2020)

También, la investigación cuantitativa sigue un enfoque deductivo, comenzando con la formulación de hipótesis basadas en teorías existentes y luego sometiéndolas a prueba mediante la recopilación y análisis de datos. Los investigadores cuantitativos adoptan un enfoque sistemático y controlado para asegurar la validez y confiabilidad de sus resultados, utilizando diseños experimentales y correlacionales para establecer relaciones causales y asociativas entre variables. Este método es especialmente útil en campos como las ciencias naturales, la economía y la

psicología, donde la precisión y la capacidad de medir el impacto de variables específicas son cruciales para el avance del conocimiento y la práctica basada en evidencia.

La investigación Cuantitativa puede emplearse para recolectar y analizar datos numéricos sobre el alcance de la revista, la frecuencia con la que los temas socioculturales son tratados, y las tendencias en la interacción de los lectores con la revista (por ejemplo, a través de análisis de métricas web o encuestas).

3.2. Métodos de Investigación

3.2.1. Método Inductivo

Este enfoque implica partir de observaciones específicas para desarrollar generalizaciones y teorías. En el presente estudio, se comienza analizando ejemplos específicos, desde la formulación del problema, hasta cómo la revista trata los temas socioculturales y luego formular generalizaciones sobre su enfoque y su impacto a través de las preguntas de investigación.

El método inductivo, parte de la complementación directa para posteriormente realizar una serie de divulgaciones con respecto a los acontecimientos vistos, lo que permite llegar al planteamiento de leyes globales. La inducción es el método de las ciencias prácticas. Consiste en deducir que lo resuelto en ciertas situaciones se cumplirá siempre que se expongan las mismas características. Según esta metodología, las hipótesis científicas, al contrario del método hipotético deductivo, son generalizaciones de experiencias que pueden corroborarse mediante el contraste en la naturaleza.(Martínez Ruiz, 2012)

3.2.2. Método Deductivo

Contrario al inductivo, se empieza con la teoría o marco teórico y luego la hipótesis, la cual se debe poner a prueba con datos específicos. Esto inicia con teorías sobre la influencia de los

medios digitales en la percepción cultural y luego examinar cómo ‘Así No Más’ se alinea o contradice esta teoría.

Al igual que el método inductivo, es de disertación teórica. A partir de hechos prácticos y concretos, se construye un sistema axiomático (que pretende ir más allá de las mismas disciplinas formales que le han dado origen), totalmente ideal que no corresponde a una realidad, pero que permite manejarla y calcularla.(Suck & Rivas-Torres, 1995)

3.2.3. Método Descriptivo

Este método se centra en describir las características del fenómeno estudiado sin intentar establecer relaciones causales. Sería útil para detallar cómo ‘Así No Más’ aborda los temas socioculturales, sin ningún sesgo de cualquier índole.

Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando, define la investigación científica como “registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente(Alban et al., 2020)

3.2.4. Método Estadístico

El uso del método estadístico en la investigación actual permitiría un análisis cuantitativo y objetivo de los datos recolectados. Este enfoque sería esencial para cuantificar y analizar patrones y tendencias en la forma en que la revista presenta los temas socioculturales, así como para evaluar empíricamente su impacto en los habitantes de Guaranda. A través de técnicas estadísticas, se podría medir la frecuencia y el tipo de contenidos socioculturales publicados, correlacionar estas variables con datos demográficos de los lectores, y analizar encuestas o cuestionarios que evalúen la percepción y respuesta de los lectores a estos contenidos. El análisis estadístico también ayudaría

a validar o refutar hipótesis sobre la relación entre el contenido de la revista y su influencia en las actitudes o comportamientos de la comunidad, ofreciendo resultados concretos y cuantificables que apoyen conclusiones más sólidas y basadas en evidencia.

La Estadística aporta a la investigación y con ella al descubrimiento de relaciones entre hechos, y a fundamentar esos descubrimientos. Lo hace con una mirada aguda y acotada, una mirada, que no aspira a ofrecer un conocimiento sobre alguna totalidad, sino sobre aspectos parciales del mundo que nos rodea. En esa limitación yace su fortaleza para poner en crisis la ilusión de conocer, en particular en un terreno en el que lo que observamos nos atañe de manera muy próxima, y no es raro confundir "lo que sucede" con lo que creemos, opinamos o suponemos sobre ello.(Bologna, 2018)

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Para la investigación actualmente desarrollada, las siguientes técnicas e instrumentos de recopilación de datos serían particularmente útiles pues aportarían diferentes tipos de datos, ofreciendo una visión comprensiva del tratamiento de los contenidos informativos socioculturales por parte de la revista y su impacto en la audiencia.

3.3.1. Análisis de Contenido

El análisis de contenido se refiere a una técnica de investigación utilizada para interpretar y codificar el significado de los datos textuales, visuales o de audio. Este método permite a los investigadores identificar patrones, temas y categorías dentro de los datos recopilados, proporcionando una comprensión profunda y sistemática del material estudiado. Al aplicar esta técnica, se examinan aspectos como la frecuencia de palabras, frases o conceptos específicos, así

como las relaciones y contextos en los que aparecen, facilitando una evaluación cuantitativa y cualitativa de la información. (Lázaro Gutiérrez, 2021)

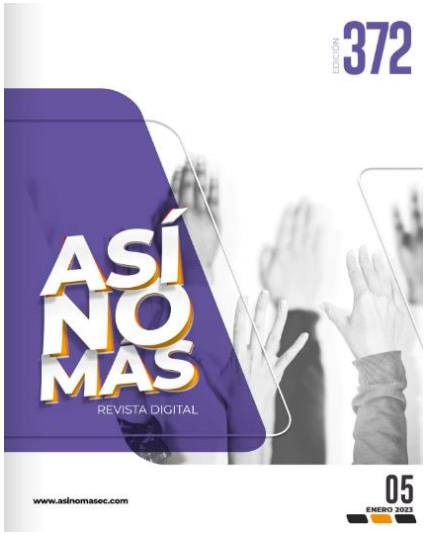
El análisis de contenido también se utiliza ampliamente en diversas disciplinas como la comunicación, la sociología, la psicología y la ciencia política para estudiar fenómenos sociales y culturales. Este enfoque permite a los investigadores descomponer grandes volúmenes de datos en componentes manejables y significativos, revelando datos valiosos sobre las percepciones, actitudes y comportamientos de los sujetos de estudio. A través del análisis de contenido, los investigadores pueden explorar cómo se construyen y comunican los significados en diferentes contextos, contribuyendo a una comprensión más rica y matizada de la realidad social. (Sánchez et al., 2021)

Esta técnica implica examinar y codificar el contenido de la revista para identificar temas, patrones y enfoques en la presentación de temas socioculturales. Se utilizarían instrumentos como hojas de codificación y software de análisis cualitativo para categorizar y analizar el contenido textual y visual.

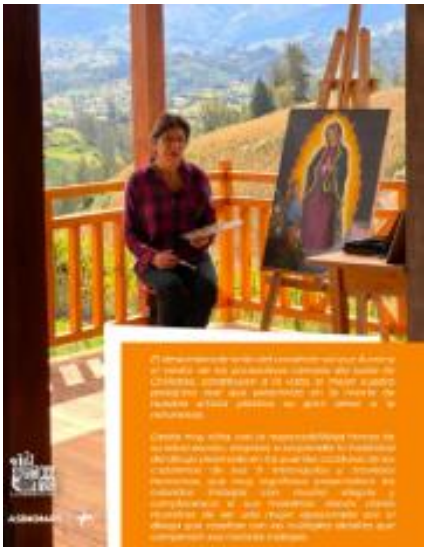

ASÍNOMÁS
REVISTA DIGITAL
2023
www.asinomasec.com
371
02
ENERO 2023

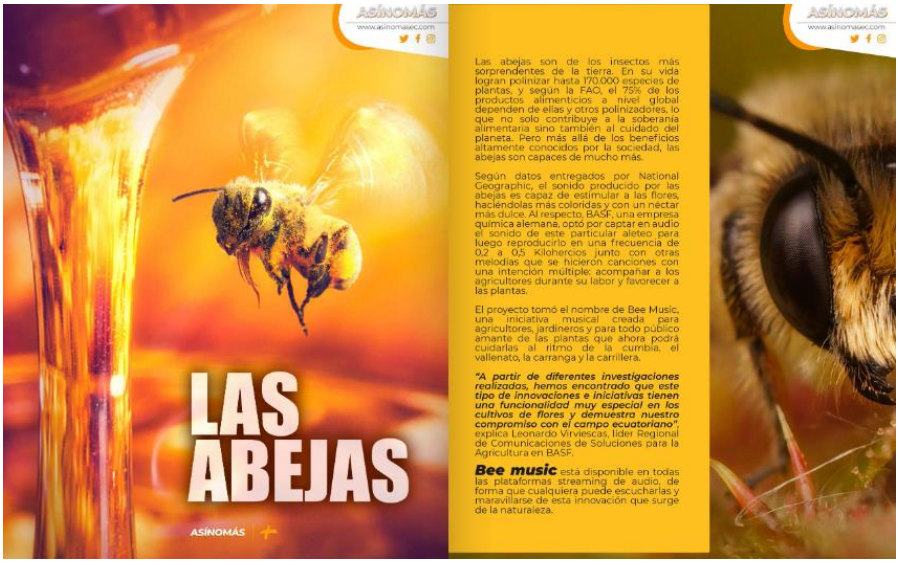

ASÍ NO MAS
2022
El 2022 ha sido un período difícil para Ecuador. El país ha tenido que enfrentar terribles sucesos desde que comenzó el año, si en algún momento existió la pequeña esperanza de que la situación pudiera mejorar, la creencia se esfumó rápidamente, pues el paso del tiempo solo dejó como resultado un hecho violento tras otro.
A continuación presentamos los acontecimientos más relevantes que marcaron el 2022 en el territorio nacional y la provincia Bolívar.
ENERO
ASÍ NO MAS
· Rebrote de COVID-19 en Ecuador, nuevamente restricciones y reducción de aforos.
· Un mes del desastre de Tamban, en Chimbo, familias suplican ayuda.
· Temporada invernal arremete con fuerza varios sectores de la provincia Bolívar.
· El bebé Derek Pinargote, quien recibió la medicina más cara del mundo en Ecuador falleció por Atrofia Muscular Espinal (AME).
· La Gasca en Quito es impactado por un aluvión, 28 personas fallecidas, 52 heridas, 5 desaparecidas y al menos 348 resultaron afectadas.

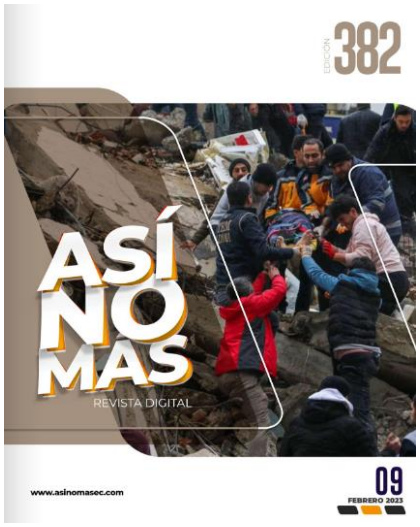

FEBRERO
ASÍ NO MAS
· Alumnos regresarán a clases presenciales después de casi dos años de ausencia por la pandemia de COVID-19
· Se reactivó la economía en varias provincias que decidieron organizar fiestas por Carnaval.
· Después de 2 años de paralización se eligió nuevamente al Taita Carnaval y Reina de Guaranda 2022.
· Guerra entre Rusia y Ucrania se intensifican. Se reportaron cientos de muertos y heridos.
· Hueras y Galarza se proclamaron campeones nacionales de ciclismo en Ecuador, mientras Richard Carapaz subió al podio en segundo lugar.
MARZO
ASÍ NO MAS
· En una autopista de Portoviejo se registró la caída de un helicóptero perteneciente al Ejército Ecuatoriano.
· Batalla campal que dejó varios muertos y heridos se suscito en un partido de fútbol entre Querétaro y Atlas en México.
· Presidente Lasso, denunció que el excandidato presidencial, Xavier Hervas, intentó "canjear" los votos de la izquierda Democrática en la Asamblea con el fin de que se lo exima del pago de impuestos.
· Ecuador clasifica al Mundial de Catar 2022.
· Will Smith de manera inusual agredió al humorista Chris Rock después de hacer bromas con su esposa.


EDICIÓN
372
ASÍ
NO
MAS
REVISTA DIGITAL
www.asinomasec.com
05
ENERO 2023


DÍA DE
REYES
Todos los años el 6 de enero, millones de niños en todo el mundo esperan con ansia el Día de Reyes, porque en países como España, Venezuela, México, entre otros, de habla hispana, este día también es sinónimo de regalos para todos los chiquitines de la casa.
El día 6 de enero se celebra en varios países del mundo el Día de Reyes, para conmemorar la adoración del Niño Jesús por parte de los tres reyes magos, provenientes del Oriente para rendir honores y traer presentes al recién nacido.
Constituye un símbolo inequívoco del reconocimiento del mundo pagano, que reconoce a Jesucristo como Rey y único salvador de la humanidad.
De acuerdo a la religión católica, este día coincide con el día de la Epifanía. Es una de las celebraciones litúrgicas más antiguas que significa revelación o aparición, en referencia a que el niño Jesús se muestra al mundo pagano, representado en los Reyes Magos.
Constituye el fin del periodo navideño en muchos países del mundo, especialmente en los de habla hispana.
ASÍNOMÁS




ASÍNOMÁS
www.asinomasec.com
LAS
ABEJAS
ASÍNOMÁS
Las abejas son de los insectos más sorprendentes de la tierra. En su vida logran polinizar hasta 170.000 especies de plantas, y según la FAO, el 75% de los productos alimenticios a nivel global dependen de ellas y otros polinizadores, lo que no solo contribuye a la soberanía alimentaria sino también al cuidado del planeta. Pero más allá de los beneficios altamente conocidos por la sociedad, las abejas son capaces de mucho más.
Según datos entregados por National Geographic, el sonido producido por las abejas es capaz de estimular a las flores, haciéndolas más coloridas y con un néctar más dulce. Al respecto, BASF, una empresa química alemana, optó por captar en audio el sonido de este particular aleteo para luego reproducirlo en una frecuencia de 0,2 a 0,5 Kilohercios junto con otras melodías que se hicieron canciones con una intención múltiple: acompañar a los agricultores durante su labor y favorecer a las plantas.
El proyecto tomó el nombre de Bee Music, una iniciativa musical creada para agricultores, jardineros y para todo público amante de las plantas que ahora podrá cuidarlas al ritmo de la cumbia, el vallenato, la carranga y la carrillera.
"A partir de diferentes investigaciones realizadas, hemos encontrado que este tipo de innovaciones e iniciativas tienen una funcionalidad muy especial en los cultivos de flores y demuestra nuestro compromiso con el campo ecuatoriano", explica Leonardo Vivvescas, líder Regional de Comunicaciones de Soluciones para la Agricultura en BASF.
Bee music está disponible en todas las plataformas streaming de audio, de forma que cualquiera puede escucharlas y maravillarse de esta innovación que surge de la naturaleza.
ASÍNOMÁS
www.asinomasec.com


EDICIÓN 382
ASÍ NO MAS
REVISTA DIGITAL
www.asinomasec.com
09
FEBRERO 2023


ASÍNOMÁS
Se recomienda
NO USAR
MASCARILLA
en establecimientos educativos
El COE Nacional dispuso el uso voluntario de mascarilla en espacios cerrados o abiertos debido a la reducción de casos de covid-19 y de enfermedades respiratorias. Se mantienen algunas recomendaciones.
Según datos del Ministerio de Salud, durante la primera semana epidemiológica de 2023 se registraron 3 410 casos positivos de covid-19. Mientras que en el mismo período del 2022, la cifra llegó a 17 286 contagios confirmados.
Esta importante diferencia refleja la inmunidad que la población adquirió debido al proceso de vacunación, que se llevó a cabo en Ecuador. Actualmente más de 14 millones de ecuatorianos y ecuatorianas han recibido el esquema completo de dosis. Por lo que ahora el uso constante de la mascarilla ya no es recomendable.
Además se ratifica que las personas que presenten cuadros respiratorios por gripe estacional sigan usando la mascarilla. De la misma forma quienes tenga altos niveles de vulnerabilidad o adultos mayores (de 65 años en adelante).
Entonces, se recomienda ya no usar la mascarilla en gimnasios, escuelas, en actividades cotidianas y empezar a introducirnos nuevamente al entorno en que vivimos.


ASÍNOMÁS
Diversas señales del trastorno de espectro autista (TEA) pueden ser descubiertas durante el primer mes de los bebés gracias al uso de un algoritmo elaborado en base a los datos de salud de 45.000 niños y que a su vez puede proyectar el diagnóstico del autismo.
Localizar los trastornos del espectro autista (TEA) dentro de la primera etapa de vida de los niños puede ayudar al desarrollo e integración de cada uno de los diagnosticados, por esta razón la Academia Estadounidense de Pediatría señala que el reconocimiento universal de pacientes entre 18 y 24 meses con TEA, aunque en algunos casos puede tardar hasta los 4 años. Sin embargo, un nuevo hallazgo muestra como un grupo de herramientas automatizadas puede encontrar y pronosticar el autismo dentro de los primeros 30 días de nacidos.
Geraldine Dawson, directora del Centro Duke para el Autismo y el Desarrollo Cerebral logró crear un algoritmo utilizando datos correspondientes a la salud de los bebés que aún no alcanzan el primer año de vida.
El algoritmo que crearon bajo esta metodología logró pronosticar que niños serían diagnosticados con autismo y hasta, podrían desarrollar un trastorno por déficit de atención e hiperactividad o en otros casos podrían generarse hasta alteraciones neurológicas.
De confirmarse estos estudios, el algoritmo puede aplicarse con otras herramientas para la detección, así como informes de padres y observaciones médicas. De esta forma el pediatra podrá ver que signos, guiados por un patrón de uso, arrojan mayores detalles de un diagnóstico de autismo y que permita la vigilancia cercana de los pacientes.





3.3.2. Entrevistas Semiestructuradas

Este tipo de entrevistas permiten obtener información en profundidad sobre las opiniones y percepciones de los habitantes respecto a la revista. Las guías de entrevista con preguntas abiertas facilitarían una exploración detallada de las actitudes y comportamientos de los entrevistados. E inclusive sirven para tener una visión más amplia y conocer a la revista digital ‘Así No Más’ en un contexto más profundo y detallado.

3.3.3. Encuestas

Esta herramienta cuantitativa se utiliza para recopilar datos de una muestra representativa de los habitantes de Guaranda. Las encuestas podrían incluir preguntas cerradas y escalas de actitud para medir la percepción y reacción de los lectores hacia los contenidos de la revista. Se

podrían administrar en línea o en papel, utilizando software de análisis estadístico para el procesamiento de datos.

3.4. Universo, Población y Muestra

El universo del presente trabajo de investigación son los pobladores de la ciudad de Guaranda que de acuerdo al (INEC, 2010) en los resultados obtenidos del último censo oficial, son 91.877 habitantes de los cuales el 47% son menores de edad que se van a excluir a ser tomados en cuenta como el universo poblacional, con lo que tenemos un total de población de referencia de 48.694,81. Ahora para calcular la muestra para ser utilizada como valor referente para la investigación vamos a utilizar la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \,.\, N \,.\, P \,.\, Q}{[E^2 \,.\, (N-1)] + [Z^2 \,.\, P \,.\, Q]}$$

Donde:

N= tamaño de la población	(48.694,81 personas)
n= tamaño de la muestra	(valor a obtener)
Z= nivel de confianza	(95% O 1,96)
E= error de estimación máximo aceptado	(5%)
P= probabilidad de ocurrencia del evento	(50%)
Q= probabilidad de no ocurrencia del evento	(50%)

$$n = \frac{1{,}96^2 \,.\, 48694{,}81 \,.\, 0{,}5 \,.\, 0{,}5}{[0{,}05^2 \,.\, (48694.81-1)] + [1{,}96^2 \,.\, 0{,}5 \,.\, 0{,}5]}$$

$$n = \frac{46766{,}49}{[121{,}73] + [0.96]}$$

$$n = \frac{46766{,}49}{122.69}$$

$$n = 381{,}18$$

Al obtener un valor de muestra de 381 se ha resuelto aplicar la técnica de encuestas, de tal manera que cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido, además, se debe acotar que debido a que pueden existir personas que no conozcan la revista, lo cual produciría un sesgo se tomaran varias muestras más para poder obtener una relación de las personas que conocen y no conocen a la revista digital 'Así No Más' con lo que estaríamos cumpliendo con los cánones investigativos en torno a la muestra y sus posibles sesgos.

3.5. Procesamiento de la Información

3.5.1. Entrevista

El procesamiento de la información obtenida de la entrevista con el gerente de la revista digital 'Así No Más' arrojó datos valiosos sobre el tratamiento de contenidos informativos socioculturales y su influencia en la ciudad de Guaranda. El gerente general Ing. Fabián Aroca destacó la misión de la revista de ser un medio de comunicación que refleje genuinamente las dinámicas socioculturales de Guaranda, enfatizando su compromiso con la representación auténtica y equitativa de la comunidad local. Se mencionó un enfoque consciente en temas que resuenan con los habitantes, tales como eventos culturales locales, problemas sociales relevantes y narrativas que promueven la identidad y diversidad cultural, y siempre en base del apoyo a la

comunidad, principalmente a los emprendedores, y también a las empresas privadas y públicas desde la relación ganar y ganar, el cual es nuestro enfoque empresarial.

Además, se discutió la importancia de la interactividad y participación de la audiencia, indicando que 'Así No Más' emplea estrategias digitales para fomentar la participación activa de los lectores, como comentarios en artículos y discusiones en redes sociales. Según Fabián, esto no solo incrementa el compromiso de los lectores, sino que también proporciona retroalimentación crucial para guiar el enfoque editorial de la revista, que dista de los demás medios de la localidad pues se diferencia en que se trata de contrastar toda información previo a su publicación.

Respecto a la influencia de la revista en Guaranda, el gerente sugirió que 'Así No Más' ha tenido un papel significativo en elevar la conciencia sobre temas socioculturales y en fomentar el diálogo comunitario. Se observó un aumento en la participación de los ciudadanos en temas culturales y sociales desde la aparición de la revista, lo que sugiere una relación positiva entre el contenido de 'Así No Más' y la participación cívica en Guaranda. Además; de que nuestros suscriptores, clientes, emprendedores y público en general encuentra en todos quienes conformamos la revista un aliado estratégico.

La entrevista fue realizada a la Mgs. Diana Vázquez, de la carrera de Comunicación, quien compartió sus reflexiones sobre el rol de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y el impacto de la digitalización en la transmisión de información y cultura dando así un contraste a como un tratamiento de contenidos en una revista puede influir, como la revista "así no más".

La opinión pública es el conjunto de pensamientos y actitudes que las personas desarrollan en respuesta a la información que reciben. Esto se refiere a cómo actuamos y cómo nos

comportamos en sociedad, basándonos en esa información. En este contexto, las revistas digitales, como cualquier medio de comunicación, poseen un gran poder, ya que el manejo de la información implica una capacidad de influencia notable. Al manipular o modificar la información, los medios afectan la percepción de la gente.

La misión principal de los medios de comunicación debería ser orientar, educar y entretener, para que las personas estén bien informadas. Cada persona busca información según sus propias necesidades, por lo que, si una revista no informa de manera clara, objetiva y veraz, y no asume su responsabilidad social, puede influir negativamente en la percepción ciudadana. Las personas tienden a inclinarse hacia lo que ven en los medios, de ahí la importancia de que el mensaje sea claro, oportuno y, sobre todo, veraz.

Aunque alcanzar la objetividad total es imposible, los medios deben esforzarse por ser lo más imparciales posible. Esto implica contrastar nuestras opiniones con las de especialistas y voces diversas, incluso cuando no compartimos sus ideologías. Así, se construyen mensajes claros y equilibrados que permiten a la audiencia informarse y tomar decisiones de manera autónoma.

La digitalización ha eliminado las barreras de tiempo y espacio, facilitando la comunicación instantánea. Esta transformación nos obliga a enriquecer los contenidos con formatos multimedia, como videos y podcasts, que aportan más valor a la sociedad. Los medios digitales tienen el poder de formar ciudadanos conscientes, porque transmiten información y conocimiento, lo cual contribuye al desarrollo de una ciudadanía informada.

Hoy en día, la forma de escribir y presentar los contenidos ha cambiado significativamente en los medios digitales. En lugar de largas introducciones, es necesario ser breves y directos. Antes, en los medios tradicionales, se utilizaban muchas palabras y se adornaban los mensajes. En

cambio, en el mundo digital, las emociones y los sentimientos juegan un papel fundamental. Recursos como el “storytelling” e incluso los memes permiten conectar emocionalmente con la audiencia y transmitir conocimiento de una manera que entretiene, orienta e informa.

Es un reto y, a la vez, una oportunidad para los comunicadores actuales y futuros: sensibilizar a los ciudadanos y adaptarse a estos nuevos formatos para captar y mantener la atención del público, logrando así el objetivo de comunicar de manera efectiva.

La entrevista realizada a Nicolás González, psicólogo social comunitario y docente de la carrera de sociología en la Universidad Estatal de Bolívar (UEB). Destaca que un medio de comunicación, en este caso una revista digital, tiene la capacidad de influir en la sociedad, especialmente cuando adopta una línea editorial enfocada en la transformación y en la crítica de las estructuras sociales. La mera función informativa, aunque fundamental, no es suficiente para generar cambios profundos, ya que describir la realidad sin cuestionarla limita las posibilidades de transformación social.

Para González, un medio de comunicación que aspira a influir en la opinión pública debe ir más allá de la simple descripción de hechos. Es necesario que la línea editorial incluya opiniones fundamentadas de especialistas sobre temas específicos, lo cual permite abrir espacio para la reflexión crítica en la sociedad. En este sentido, la ideología en los medios de comunicación juega un papel crucial. Desde la sociología, y en particular desde una perspectiva marxista, la ideología es entendida como una herramienta de poder utilizada para mantener el status quo. A través de la ideología, los grupos de poder establecen un sistema de creencias que puede alienar a las personas, homogeneizando sus pensamientos y limitando su capacidad de crítica.

Si se entiende la ideología como un conjunto de pensamientos o una forma de ver el mundo, entonces una revista digital debería tener una posición clara al respecto, es decir, una ideología propia. Es común que los medios de comunicación cuenten con diversas voces y opiniones, y aunque esto puede ser formativo, es crucial que los colaboradores sean críticos. Si el medio solo se dedica a informar sobre eventos o a cubrir hechos sin emitir una opinión o postura propia, es difícil que logre una influencia real en la audiencia.

El primer paso es que un medio de comunicación tenga una línea editorial definida y crítica, que esté alineada con la cultura y el arte, y que cuente con colaboradores especialistas en estos temas. Así, los colaboradores, ya sean sociólogos, antropólogos, psicólogos sociales o gestores comunitarios, pueden contribuir con una perspectiva sociocultural sólida, no solo basada en su experiencia, sino también desde un enfoque académico. Esta cercanía con la realidad sociocultural local, combinada con la preparación académica, permite analizar y presentar la información de manera crítica.

Además, González resalta la importancia de destinar recursos específicos a una sección de cultura y arte dentro de la revista digital. Esto implica que el medio no debe tratar estos temas como complementos o elementos adicionales, sino como una parte fundamental de su contenido. La cobertura de eventos culturales, entrevistas con artistas y agendas culturales son herramientas valiosas que permiten visibilizar tanto la escena cultural local como la nacional. Es importante también abrir el enfoque a lo que ocurre más allá de la localidad, reconociendo que la cultura y el arte trascienden los límites geográficos.

Un medio de comunicación que desea influir y formar opinión debe, según González, definir una línea editorial crítica y constante, en lugar de tratar la cultura y el arte como temas secundarios. Esto es especialmente importante en un contexto en el que muchas veces los medios

incluyen estos temas solo como un complemento para completar una sección de su contenido. Al darle más fuerza a esta sección y asegurar su presencia constante, el medio puede cumplir un rol formativo y de sensibilización en la sociedad.

3.5.2. Encuesta

Dentro del desarrollo del procesamiento de información de la encuesta realizada a las personas de la ciudad de Guaranda en torno al tema de cómo la revista ‘Así No Más’ trata los contenidos informativos socioculturales, tenemos los siguientes resultados de cada una de las preguntas realizadas; lo cual se realiza en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

La revista digital ‘Así No Más’ ha demostrado ser una fuente de información valiosa para los habitantes de Guaranda, con una mayoría de los encuestados reconociendo su amplia cobertura y detallado tratamiento de temas socioculturales relevantes. Según los resultados de la encuesta, 270 de 381 participantes se mostraron de acuerdo o totalmente de acuerdo con la calidad del contenido presentado. Esta afirmación es indicativa de una revista que no solo alcanza a su audiencia, sino que también abarca una gama de tópicos que resuenan con la comunidad. La capacidad de la revista para profundizar en temas de interés local implica un periodismo comprometido y alineado con las necesidades informativas de Guaranda.

Este estudio destaca la influencia de la revista digital ‘Así No Más’ en la participación ciudadana y el activismo social. Los datos muestran que la revista inspira a los lectores a buscar más información y a involucrarse más en los temas socioculturales que trata. Esto es particularmente evidente, ya que 274 de 381 encuestados expresaron su intención de participar más activamente a raíz de la lectura de la revista. Esta tendencia subraya el rol del periodismo no solo como un vehículo de información sino también como un catalizador de cambio y compromiso comunitario. En resumen, la revista digital ‘Así No Más’ no sólo informa a sus lectores, sino que también los empodera y moviliza, jugando un papel crucial en la vida cívica de Guaranda.

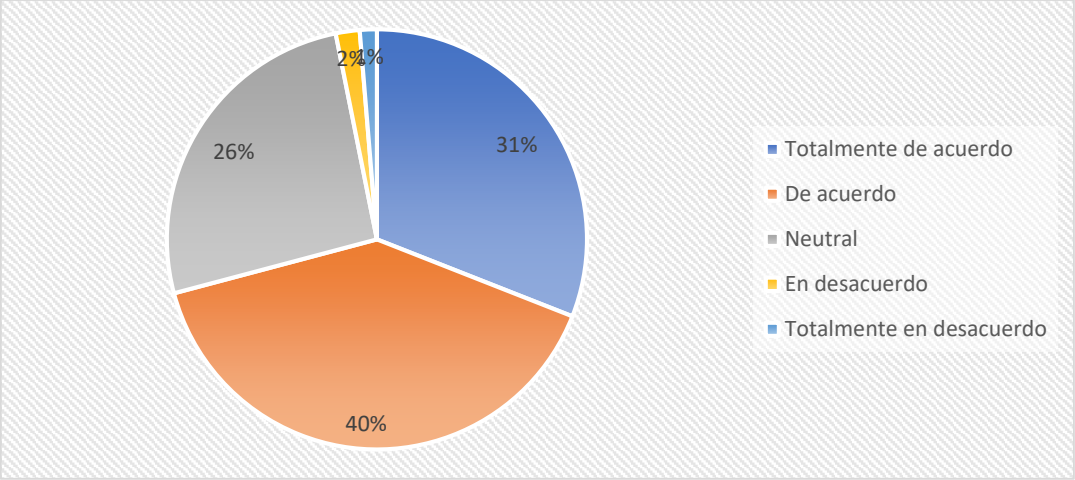
Pregunta 1. ¿Cree usted que la revista 'Así No Más' ofrece una cobertura amplia y detallada sobre los temas socioculturales relevantes para Guaranda?

Tabla 4. Datos pregunta 1 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	118	31%
2	De acuerdo	152	40%
3	Neutral	99	26%
4	En desacuerdo	7	2%
5	Totalmente en desacuerdo	5	1%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 4. Tabulación gráfica pregunta 1.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 1.

Según los datos consignados el 71% están de acuerdo en decir que la revisa tiene una amplia cobertura de temas socioculturales, Solo un 3% de los encuestados no está satisfecho con la cobertura de la revista, sugiriendo áreas de mejora. Reflejando una valoración positiva, subrayan la necesidad de continuar mejorando los contenidos.

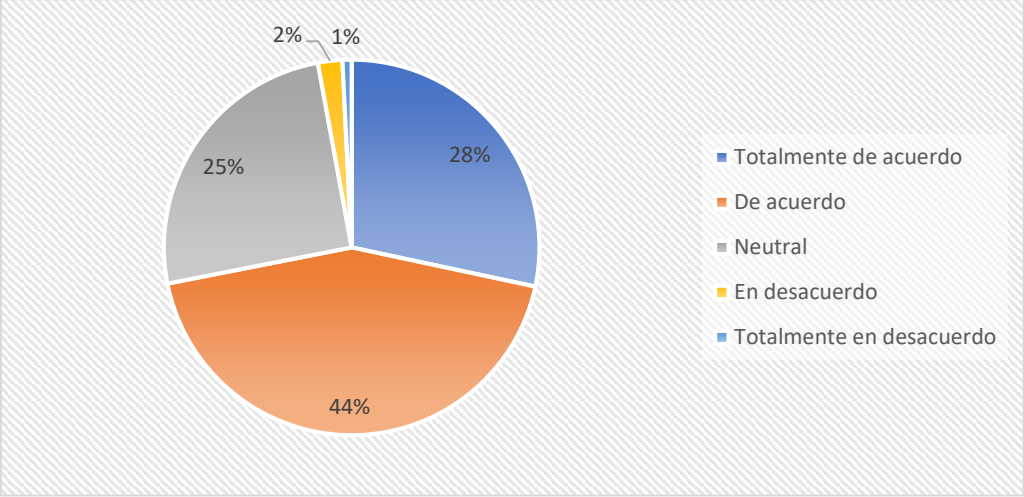
Pregunta 2. ¿Opina que los temas socioculturales tratados en la revista 'Así No Más' reflejan de manera justa y equitativa las diversas perspectivas de la comunidad de Guaranda?

Tabla 5. Datos pregunta 2 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	108	28%
2	De acuerdo	166	44%
3	Neutral	96	25%
4	En desacuerdo	8	2%
5	Totalmente en desacuerdo	3	1%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 5. Tabulación gráfica pregunta 2.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 2.

De acuerdo con los datos recopilados 72% considera que la revista 'Así No Más' refleja una variedad temas socioculturales y el 3%. Estos resultados indican una percepción mayoritariamente positiva, pero resaltan la importancia de seguir trabajando en la inclusión de todas las voces dentro de la comunidad.

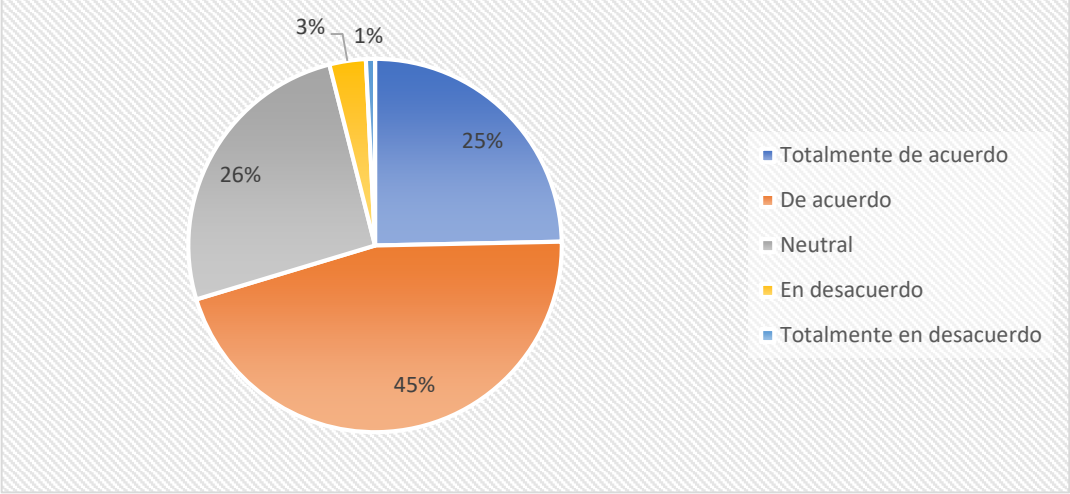
Pregunta 3. ¿Los artículos sobre temas socioculturales en la revista 'Así No Más' generan en usted una respuesta emocional significativa (como empatía, orgullo o preocupación)?

Tabla 6. Datos pregunta 3 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	94	25%
2	De acuerdo	174	45%
3	Neutral	98	26%
4	En desacuerdo	12	3%
5	Totalmente en desacuerdo	3	1%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 6. Tabulación gráfica pregunta 3.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 3.

De acuerdo con los datos, el público encuestado siente que los artículos sobre temas socioculturales en la revista 'Así No Más' generan una respuesta emocional significativa y solo un 4% de los encuestados no experimenta respuesta emocional al leer los artículos. Estos resultados reflejan que se logra conectar emocionalmente con la mayoría.

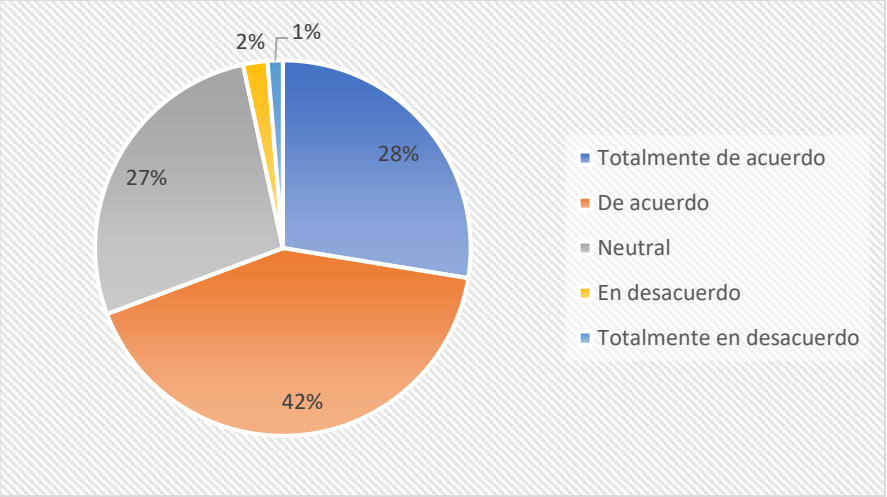
Pregunta 4. ¿Se siente identificado/a con la forma en que la revista 'Así No Más' presenta y aborda los temas socioculturales que son importantes para usted y su comunidad?

Tabla 7. Datos pregunta 4 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	105	28%
2	De acuerdo	159	42%
3	Neutral	104	27%
4	En desacuerdo	8	2%
5	Totalmente en desacuerdo	5	1%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 7. Tabulación gráfica pregunta 4.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 4.

Los datos de los encuestados muestran que, se sienten identificados con la forma en que la revista aborda los temas socioculturales y la minoría de los encuestados no se siente identificado con la presentación de los temas por parte de la revista. Estos resultados sugieren que, aunque la revista logra resonar con audiencia, hay que mejorar.

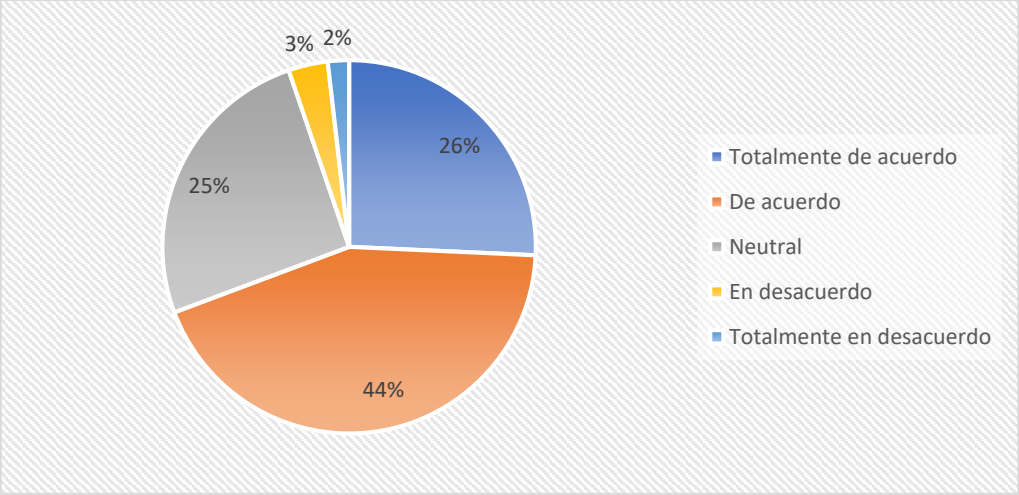
Pregunta 5. ¿Ha motivado la lectura de la revista 'Así No Más' a involucrarse más activamente en asuntos socioculturales o eventos comunitarios en Guaranda?

Tabla 8. Datos pregunta 5 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	98	26%
2	De acuerdo	166	44%
3	Neutral	97	25%
4	En desacuerdo	13	3%
5	Totalmente en desacuerdo	7	2%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 8. Tabulación gráfica pregunta 5.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 5.

Los datos muestran que los encuestados ha sido motivados por la revista a involucrarse más activamente en asuntos socioculturales, esto indica que, aunque logra inspirara sus lectores, existe un segmento minoritario que no experimenta este efecto, lo que sugiere explorar estrategias para un mayor número de lectores hacia el compromiso sociocultural.

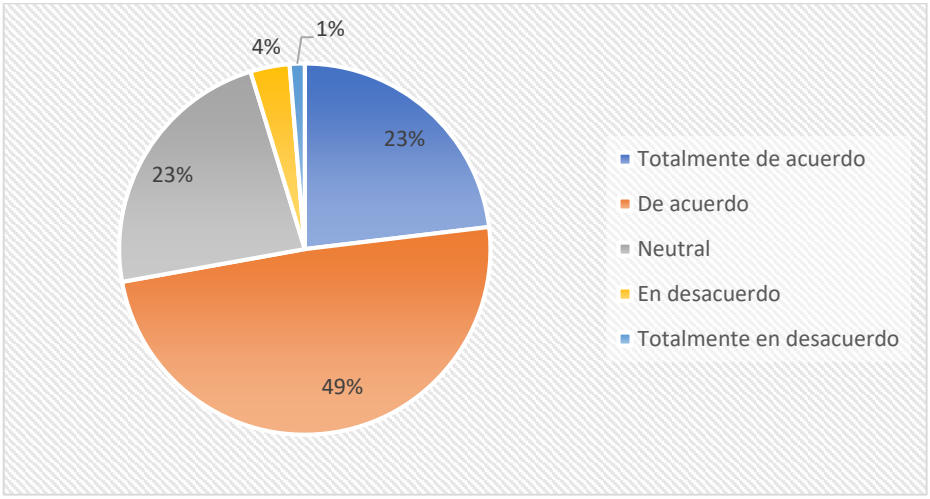
Pregunta 6. ¿Considera usted que los temas socioculturales en la revista 'Así No Más' son tratados con un alto nivel de profundidad y análisis?

Tabla 9. Datos pregunta 6 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	88	23%
2	De acuerdo	187	49%
3	Neutral	88	23%
4	En desacuerdo	13	4%
5	Totalmente en desacuerdo	5	1%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 9. Tabulación gráfica pregunta 6.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 6.

Según los datos recopilados considera que los temas son tratados con un alto nivel de análisis, pero una parte no está satisfecha con la profundidad y análisis de los temas. Estos resultados reflejan una percepción positiva, aunque también señalan la posibilidad de mejorar en la elaboración y presentación de los contenidos.

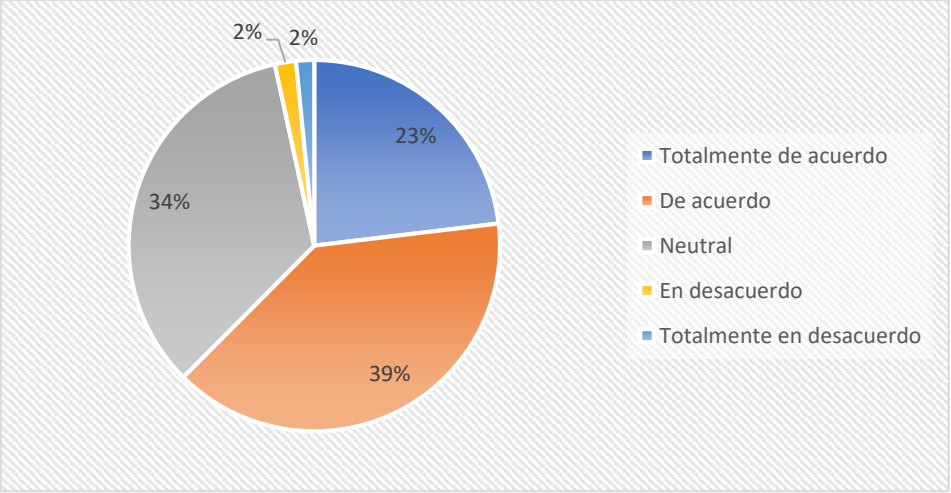
Pregunta 7. ¿Siente una conexión emocional fuerte con los temas socioculturales presentados en la revista 'Así No Más'?

Tabla 10. Datos pregunta 7 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	88	23%
2	De acuerdo	150	39%
3	Neutral	130	34%
4	En desacuerdo	7	2%
5	Totalmente en desacuerdo	6	2%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 10. Tabulación gráfica pregunta 7.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 7.

Según los datos se puede interpretar que la mayoría siente una conexión emocional fuerte con la revista además los resultados reflejan que, aunque la revista logra resonar, existe un porcentaje considerable de lectores que no experimenta esta conexión, lo que señala una oportunidad para fortalecer la vinculación emocional a través de una narrativa más impactante.

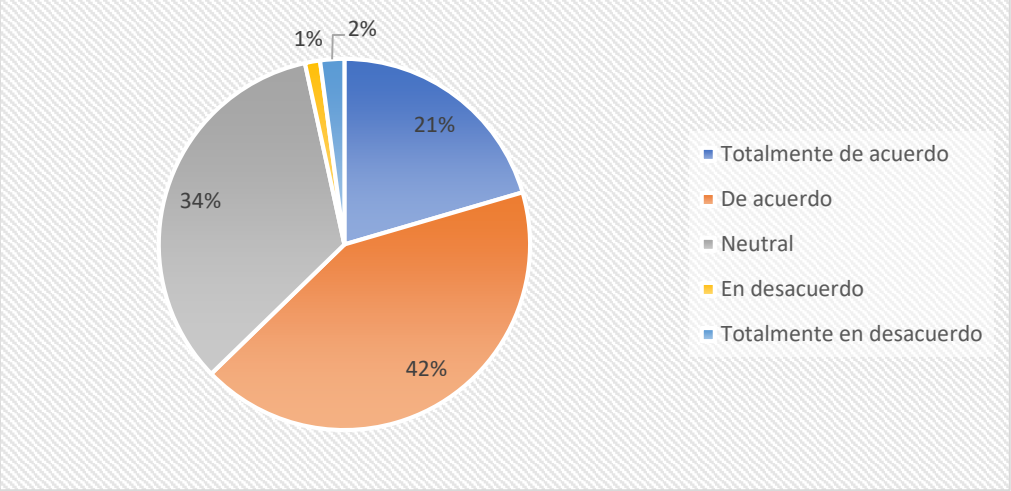
Pregunta 8. ¿Ha cambiado su comportamiento o participación en actividades culturales o sociales como resultado de leer sobre temas socioculturales en la revista 'Así No Más'?

Tabla 11. Datos pregunta 8 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	78	21%
2	De acuerdo	161	42%
3	Neutral	129	34%
4	En desacuerdo	5	1%
5	Totalmente en desacuerdo	8	2%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 11. Tabulación gráfica pregunta 8.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 8.

De acuerdo a los datos la mayoría ha cambiado su comportamiento en actividades sociales como resultado de leer sobre temas en la revista 'Así No Más' y un pequeño grupo no ha experimentado ningún cambio en su comportamiento debido a la lectura de la revista. Estos resultados sugieren explorar contenidos y estrategias que resuenen más profundamente.

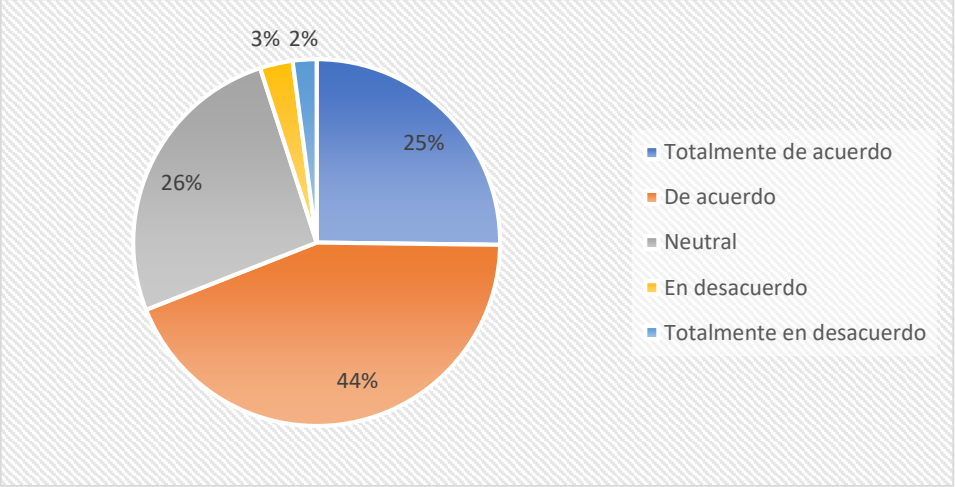
Pregunta 9. ¿Le ha llevado la lectura de la revista 'Así No Más' a reflexionar y posiblemente cambiar su opinión sobre ciertos temas socioculturales?

Tabla 12. Datos pregunta 9 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	96	25%
2	De acuerdo	167	44%
3	Neutral	99	26%
4	En desacuerdo	11	3%
5	Totalmente en desacuerdo	8	2%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 12. Tabulación gráfica pregunta 9.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 9.

De acuerdo con los datos la mayoría de los encuestados han cambiado su opinión sobre ciertos temas socioculturales como resultado de leer la revista 'Así No Más' y la minoría no ha experimentado un cambio de opinión debido a la lectura de la revista. Estos resultados sugieren que la revista tiene un impacto considerable en la formación de opiniones.

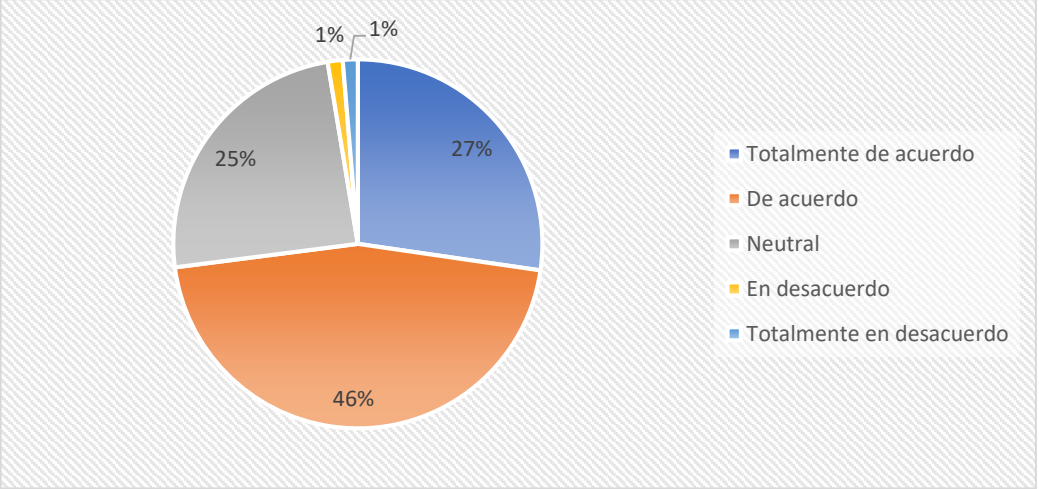
Pregunta 10. ¿Tiene la intención de buscar más información o involucrarse más a fondo en los temas socioculturales tratados en la revista 'Así No Más' a raíz de su lectura?

Tabla 13. Datos pregunta 10 de la encuesta realizada.

ID Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	104	27%
2	De acuerdo	174	46%
3	Neutral	93	25%
4	En desacuerdo	5	1%
5	Totalmente en desacuerdo	5	1%
	Total	**381**	**100%**

Fuente: Elaborado por los autores

Gráfico 13. Tabulación gráfica pregunta 10.



Fuente: Elaborado por los autores

Análisis e Interpretación Pregunta 10.

Con estos datos podemos decir que los encuestados tienen la intención de buscar más información más a fondo en los temas socioculturales tratados en la revista y la minoría no tiene la intención de buscar información, lo que indica, la revista no logra generar suficiente interés. Estos resultados reflejan una influencia positiva pero además hay que mejorar.

4.2. Interpretación

La interpretación de los resultados obtenidos tanto la entrevista como de las encuestas realizadas revela una percepción generalmente positiva por parte de los habitantes de Guaranda respecto a la cobertura de temas socioculturales. La mayoría de los encuestados se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la revista proporciona una cobertura amplia y detallada, y que refleja de manera justa y equitativa las diversas perspectivas dentro de la comunidad. Esto sugiere que la revista 'Así No Más' es valorada como una fuente informativa fiable y resonante con las experiencias y el sentir local. Además, el alto nivel de respuesta emocional significativa reportado por los encuestados indica que los contenidos de la revista consiguen conectar en un nivel más personal, probablemente facilitando una mayor resonancia con los temas tratados y potenciando un mayor compromiso cívico.

La revista también parece desempeñar un papel estimulante en la participación ciudadana y el activismo social, ya que un número considerable de encuestados se siente motivado a involucrarse en asuntos socioculturales y eventos comunitarios después de su lectura. Además, la percepción de que los temas son tratados con profundidad y análisis refleja el aprecio por un periodismo que invita a la reflexión y a la crítica constructiva. El hecho de que muchos lectores consideren cambiar su opinión o buscar más información sobre los temas abordados en la revista, tras la lectura, destaca el potencial de 'Así No Más' para influir en la opinión pública y fomentar un aprendizaje continuo y una participación activa en la vida cultural y social de Guaranda. Estos hallazgos demuestran la relevancia y el impacto de la revista en la comunidad guarandeña, subrayando su papel como un medio significativo para el desarrollo cultural y social de la ciudad.

4.3. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos acerca de la revista digital ‘Así No Más’ y los temas socioculturales de la ciudad de Guaranda, donde la revista juega un papel influyente en la configuración de la percepción y actitudes socioculturales de los habitantes de Guaranda. La cobertura detallada y la representación equitativa de los temas socioculturales sugieren que la revista es percibida como un medio inclusivo y educativo, posiblemente actuando como un espejo de la diversidad y complejidad de la vida comunitaria. El nivel de respuesta emocional, junto con la sensación de identificación reportada por los encuestados, apunta a una fuerte conexión emocional con los contenidos, lo que es crucial en la mediación entre los medios y su audiencia. Esta conexión emocional puede ser un indicador clave del compromiso de los lectores con la revista y su contenido, potenciando su impacto en la conciencia social y la participación comunitaria.

Sin embargo, el grado de motivación para involucrarse y la disposición a reflexionar o cambiar opiniones varían, lo que podría atribuirse a factores individuales o contextuales no explorados en la encuesta. Esto abre la discusión sobre cómo las características personales de los lectores, como la educación, la edad o el contexto social, pueden influir en la interpretación del contenido y en la disposición a actuar. Aunque muchos encuestados expresaron un deseo de involucrarse más a fondo después de la lectura, sería importante investigar más a fondo qué barreras pueden estar impidiendo la participación activa. Estos resultados enfatizan la importancia de comprender las dinámicas de la comunicación en medios digitales y su papel en la promoción del desarrollo sociocultural en contextos urbanos específicos.

4.3.1. Correlación de conocimiento de la revista

Para realizar un análisis de correlación entre las personas que conocen y no conocen la revista en el contexto de la realización de la encuesta para este trabajo investigativo; pues para evitar el sesgo de las mismas se realizó 90 encuestas en total donde 50 personas si están familiarizadas o son suscriptoras de la revista 'Así No Más' y 40 no la conocen. De lo que podemos inferir que se puede correlacionar el conocimiento de la revista con la frecuencia de participación en eventos culturales o con el nivel de interés en temas socioculturales. Utilizando un coeficiente de correlación, como el coeficiente de Pearson, para determinar la fuerza y la dirección de la relación entre ambas variables; con el conocimiento de que las personas que NO conoce la revista están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo en cualquier relación de los temas socioculturales en Guaranda con el desempeño de la revista en el contexto local. Un resultado positivo en la correlación (cercano a +1) indicaría que a medida que aumenta el conocimiento de la revista, también lo hace el interés en temas socioculturales. Es importante mencionar que la correlación no implica causalidad, y no se puede afirmar con certeza que uno cause el otro sin una investigación más profunda y posiblemente un diseño de estudio que pueda testear causalidad, como un experimento controlado.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

Producto comunicacional en formato audiovisual “reportaje” para fortalecer los contenidos de la revista digital así no más.

5.1.OBJETIVO COMUNICACIONAL

Ofrecer una opción diferente a la revista digital “así no más” generando productos audiovisuales que fortalezcan el medio, usando canales digitales como “Tik Tok” y “YouTube” para mostrar los temas socioculturales que existe en la provincia de bolívar y así llegar a más gente para evidenciar su cambio de la percepción con estos temas.

Preproducción.

Es el inicio de cualquier proyecto audiovisual en este caso una serie de reportajes que ayuden a complementar nuestro tema de investigación ya que se planificaron todos los elementos necesarios para llevar a cabo la producción de manera eficiente. En esta etapa se desarrolló el guion, se diseña el presupuesto, se eligen las locaciones, se realiza el casting y se coordinan los aspectos técnicos y creativos como el diseño de producción, la creación del producto y la planificación del cronograma de rodaje. Es un momento clave para anticipar posibles desafíos y garantizar que todos los recursos estén disponibles y organizados antes de comenzar el rodaje.

Producción.

En esta etapa se ejecutó lo que antes se planifico en la preproducción conforme al guion y a los elementos mencionados, durante esta fase, se llevó a cabo el rodaje, capturando las imágenes y el sonido necesarios para contar la historia, utilizando equipos técnicos como cámaras, luces y

micrófonos. Es un proceso colaborativo que involucro a actores de cada uno de los reportajes, directores nosotros como el proceso de realizar este rol, productores a igual que el rol antes mencionado y un equipo técnico rol echo por nosotros como autores encargados de garantizar la calidad de las tomas. La producción requiere una estricta coordinación para cumplir con los cronogramas establecidos, manteniendo la continuidad y el enfoque creativo de los reportajes.

Postproducción.

En esta última etapa realizamos los proyectos audiovisuales, donde el material grabado se transforma en el producto terminado mostrando así lo que se quería realizar en cada uno de ellos. En esta fase se realizamos la edición de videos y sonidos, se integran efectos visuales, se corrige el color, se mezcla el audio y se añaden elementos como música y subtítulos. Es aquí donde se pulieron los materiales para garantizar que se cumplan con los estándares técnicos y narrativos, preparándolo para su difusión en las plataformas digitales elegidas.

DATOS INFORMATIVOS DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL REPORTAJE:

Nombre:

Reportajes complementarios para fortalecer el contenido de la revista “Así no Más”

Tiempo:

10: 30 min

Sinopsis:

Desarrollar contenido audio visual para evidenciar y exponer las culturas, tradiciones, arte y emprendimientos de la ciudad de Guaranda, la ciudad es un lugar lleno de rincones mágicos que se pueden observar y visitar, así como su cultura arte, gastronomía.

Canales de difusión:

CANAL DE YOU TUBE “ASI NO MAS”

TIK TOCK

ESTRUCTURA DE PRODUCCION AUDIOVISUAL

PRODUCCION REPORTAJE

Guion técnico: creación de reportajes para una mejor difusión al público, brindando así una nueva opción de difusión utilizando nuevas herramientas digitales como es el caso de YouTube.

Realización: Inti Daniel Amangandi y Alejandro Muñoz

Camarógrafo: Inti Daniel Amangandi y Alejandro Muñoz

Guion literario: Inti Daniel Amangandi y Alejandro Muñoz

Guion técnico: Inti Daniel Amangandi y Alejandro Muñoz

Locución: Inti Daniel Amangandi y Alejandro Muñoz

Musicalización: Cortina de audio

GUIONES.

Guion Literario de Reportaje para Revista: "La Cultura Viva de Guaranda"

Título del Reportaje: "Guaranda, Corazón de Tradiciones Andinas"

Introducción (0:00 - 0:30)

Escena inicial: Un plano aéreo de Guaranda, con sus montañas, casas coloniales y paisajes verdes. Se escuchan de fondo sonidos de instrumentos tradicionales como rondadores y charangos, mientras la voz en off comienza.

Voz en off: "Enclavada en el corazón de los Andes ecuatorianos, Guaranda es mucho más que una ciudad. Es un crisol de tradiciones, sabores y sonidos que narran la historia de un pueblo lleno de vida y cultura. Hoy, exploraremos sus costumbres, su arte y, sobre todo, su gente."

Bloque 1: La ciudad y su historia (0:30 - 2:30)

Escena: Planos de la Catedral de Guaranda, la Plaza 15 de mayo y las calles empedradas. La cámara capta detalles de la arquitectura colonial.

Entrevista breve: Historiador local:

…….

……..

Voz en off: "Pero Guaranda no solo es historia. Sus calles son un reflejo de su herencia cultural que se mantiene viva en cada esquina."

Bloque 2: Gastronomía local (2:30 - 5:00)

Escena: Un mercado lleno de colores y sabores. Primeros planos de productos locales como el maíz, los quesos y el guarapo.

Entrevista breve: Vendedora de mercado:

……..

……

Voz en off: "La gastronomía guarandeña es un festín para el paladar. Desde el exquisito hornado hasta los tradicionales dulces de panela, cada plato cuenta una historia única."

Bloque 3: Fiesta y tradición (5:00 - 8:00)

Escena: Imágenes del Carnaval de Guaranda: bailes, comparsas y personajes tradicionales como los "taitas". Se escuchan risas y música típica.

Entrevista breve: Líder comunitario: ……..

-……..--…….

Voz en off: "Declarado Patrimonio Cultural del Ecuador, el Carnaval de Guaranda es una explosión de colores, música y tradición que atrae visitantes de todo el mundo."

Bloque 4: La música y el arte (8:00 - 10:00)

Escena: Un taller de un artesano tallando madera, mientras músicos locales interpretan melodías andinas.

Entrevista breve: Artista local: …….

……..

Voz en off: "La cultura de Guaranda también vive en su música, su danza y su arte. Cada nota, cada pincelada, refleja la conexión de este pueblo con sus raíces."

Cierre: Reflexión final (10:00 - 10:30)

Escena: Atardecer sobre las montañas de Guaranda, mientras niños juegan en una plaza.

Voz en off: "Guaranda es más que una ciudad; es un espíritu, una forma de vida. Su cultura es un recordatorio de que nuestras raíces son el mayor tesoro que podemos conservar. Nos despedimos, pero la magia de Guaranda seguirá viva en cada recuerdo y en cada historia."

Créditos finales: Sonidos de música andina acompañados de imágenes de los protagonistas del reportaje.

GUION TECNICO

Título del Reportaje: *"Guaranda, Corazón de Tradiciones Andinas"*			
Tiempo	**Imagen**	**Audio**	**Detalles técnicos**
0:00 - 0:10	Plano aéreo de Guaranda: montañas, casas coloniales y paisajes verdes.	Sonidos de rondadores y charangos. Voz en off: *"Enclavada en el corazón de los Andes ecuatorianos..."*	Cámara dron, traveling suave. Tonalidad cálida y natural.
0:10 - 0:30	Detalles de calles empedradas, balcones coloniales, y personas caminando.	Voz en off continúa: *"...Guaranda es un crisol de tradiciones, sabores y sonidos..."*	Uso de estabilizador para planos fluidos, luz natural.
0:30 - 1:00	Plano fijo de la Catedral de Guaranda, seguido de un recorrido por la Plaza 15 de Mayo.	Ambiente: murmullos, campanas en la distancia. Voz en off: *"Guaranda nos da la bienvenida con..."*	Travelling con slider para detalles arquitectónicos.
1:00 - 1:30	Entrevista con un historiador local frente a la Catedral.	Historiador local: cultura	Micrófono de solapa para audio limpio,

			iluminación natural con reflector para rostro.
1:30 - 2:30	Panorámica de calles empedradas y fachadas coloniales.	Voz en off: *"Pero Guaranda no solo es historia..."*	Plano general con cámara estática; cambio a plano detalle para texturas de calles y fachadas.
2:30 - 3:00	Primeros planos del mercado: frutas, quesos, guarapo.	Ambiente de mercado: voces, risas, música.	Enfoque selectivo con lente macro para destacar colores y texturas.
3:00 - 3:30	Una vendedora sirviendo hornado en un puesto tradicional.	Entrevista: *"Aquí preparamos el hornado con recetas que vienen de nuestras abuelas..."*	Micrófono direccional para minimizar ruido de fondo.
3:30 - 4:00	Detalles de platos tradicionales: hornado, dulces de panela, bebidas.	Voz en off: *"La gastronomía guarandeña es un festín para el paladar..."*	Iluminación cálida para resaltar los colores de los alimentos.
4:00 - 5:00	Vista general del mercado con personas	Ambiente del mercado continúa.	Cámara al hombro para capturar

	comprando y vendedores ofreciendo productos.		movimiento natural y espontáneo.
5:00 - 5:30	Escenas del Carnaval: comparsas, bailes, personajes tradicionales como los "taitas".	Música de Carnaval: bombos, zampoñas y risas.	Cámara en mano para planos dinámicos; juego de colores saturados para vibrar con el ambiente festivo.
5:30 - 6:30	Entrevista con un líder comunitario rodeado de danzantes y decoraciones carnavalescas.	Líder comunitario: *"El Carnaval de Guaranda es la esencia de nuestra cultura..."*	Micrófono de solapa, composición en plano medio con fondo festivo.
6:30 - 7:00	Imágenes de la multitud celebrando en la Plaza 15 de Mayo.	Voz en off: *"Declarado Patrimonio Cultural del Ecuador..."*	Cámara estática para capturar la magnitud de la celebración.
7:00 - 8:00	Primeros planos de trajes típicos y máscaras tradicionales.	Música de Carnaval continúa.	Detalles grabados con lente macro y desenfoque de fondo para destacar texturas.
8:00 - 8:30	Artesano tallando madera en su taller, con herramientas y materiales.	Ambiente del taller: sonidos de herramientas,	Plano detalle de manos trabajando;

		música andina de fondo.	iluminación puntual sobre la pieza tallada.
8:30 - 9:00	Entrevista con el artesano mientras trabaja.	Artesano: *"Cada pieza que creo tiene una conexión con nuestras raíces..."*	Micrófono boom, plano medio con ángulo ligeramente lateral.
9:00 - 9:30	Grupo de músicos locales interpretando canciones andinas al aire libre.	Canción interpretada en vivo (charango y zampoña).	Plano general del grupo tocando, con transición a planos cerrados de los instrumentos.
9:30 - 10:00	Niños bailando danzas tradicionales en una plaza.	Voz en off: *"La cultura de Guaranda también vive en su música, su danza y su arte..."*	Movimientos suaves de cámara siguiendo la danza; iluminación natural.
10:0 - 10:20	Atardecer sobre las montañas de Guaranda, con niños jugando en la plaza.	Voz en off: *"Guaranda es más que una ciudad; es un espíritu, una forma de vida..."*	Cámara estática con timelapse del atardecer.
10:20- 10:30	Créditos finales con montaje de imágenes de los	Música andina instrumental.	Montaje rápido con transiciones

	protagonistas: mercado, danzas, música.		suaves, tonos cálidos y música melódica.
Estilo Visual: Colores cálidos y naturales, transiciones suaves. **Estilo Musical:** Música tradicional andina para reforzar la identidad cultural. **Duración Total:** 10:30 minutos.			

DIFUSIÓN

El presente producto audiovisual se pretende difundir en canales creados YouTube y Tik Tok como un complemento de la revista así no más para darle realce en sus contenidos en formato de reportaje, esperando tener una gran acogida por parte del público.

6. CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.Conclusiones

- La investigación concluye que la revista digital ‘Así No Más’ tiene una influencia significativa en las percepciones, actitudes y comportamientos de los habitantes de Guaranda, esto se debe a la selección correcta de los diversos contenidos socioculturales que se tratan y presentan al público, como se evidenció a través de encuestas y entrevistas realizadas a una muestra representativa de la población. Los contenidos socioculturales presentados en la revista lograron causar el interés y generar opiniones además de fomentar una mayor participación en actividades comunitarias.

- Se determina que la selección y tratamiento de temas socioculturales por la revista ‘Así No Más’ son exhaustivos y abordan una amplia gama de cuestiones relevantes para la comunidad. Este enfoque ha incrementado la comprensión y el interés de los habitantes en temas culturales y sociales además se verifico como el público genera una valoración positiva en los temas que aquí se tratan, lo cual se evidenció a través de análisis de contenido de las revisas que se presentaron al público en el año 2023.

6.2.Recomendaciones

- Para mantener y mejorar su impacto, es crucial que ‘Así No Más’ continúe enfocándose en un tratamiento equilibrado de los contenidos socioculturales. Al presentar una variedad de perspectivas, la revista puede asegurar una comprensión integral y diversa de los temas que afectan a la comunidad.

- Implementar un manual de estilo de videos manteniendo los mismo formatos, para una excelente manera de asegurar que los reportajes de la revista mantengan consistencia y calidad y se pueda llegar de mejor manera a la audiencia guarandeña.

BIBLIOGRAFÍA

Abifandi Cedeño, J. D., Corral Carpio, C., & Barreth González, A. R. (2020). Colectivos sociales en red: Ventajas y desventajas entre lo virtual y presencial. *Estudios multidisciplinarios en comunicación audiovisual, interactividad y marca en la red*, 33-53.

Alban, G. P. G., Arguello, A. E. V., & Molina, N. E. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, *4*(3), Article 3. https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Arévalo, R., & Cancelo Sanmartín, M. (2018). *Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica*.

Barranquero, A. (2019). *El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates*.

Barredo, D. (2021). *Medios digitales, participación y opinión pública*. Tirant Lo Blanch.

Becerra, M., & Mastrini, G. (2019). La convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia: Hacia un enfoque multicomprensivo. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información*, *13*.

Bermeo Mejía, L. P., & Collado Ruano, J. (2021). Globalización y aculturación: La influencia de los medios de comunicación en la Educación Intercultural de Ecuador. *Cuestiones pedagógicas*, *2*(30), Article 30. https://doi.org/10.12795/CP.2021.i30.v2.09

Bologna, E. (2018). *Métodos estadísticos de investigación*. Editorial Brujas. https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/106355

Bonilla, D. M., Pozo Eugenio, C. M., & Mayorga Toro, V. A. (2018). Conociendo al consumidor ecuatoriano desde la antropología y el marketing: Una perspectiva psicológica gerencial. *Polo del Conocimiento*, *3*(6), Article 6. https://doi.org/10.23857/pc.v3i6.507

Castillo Salina, Y., Muñiz Zúñiga, V., & Martínez Tena, A. de la C. (2021). La teoría de la Agenda Setting. Crítica epistemológica y profundización cualitativa a partir de un estudio antropológico. *Perspectivas de la Comunicación*, *14*(1), Article 1.

Castro Ramos, W. E. (2023). *La plataforma digital Whatsapp y la interacción con la audiencia en las radios públicas FM de la ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato. https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/38394

Cepeda Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: El patrimonio y la educación. *Tabanque. Revista Pedagógica*, *31*, Article 31.

Chancusig Chisag, J. C., Montaluisa Pulloquinga, R. H., Guilcaso Romero, J. A., & Soria Semblantes, M. I. (2019). El aprendizaje y las tecnologías de información y comunicación en la educación superior en Ecuador. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, *3*(1), Article 1.

Constitución de la República del Ecuador, Pub. L. No. Registro Oficial 449 de 20-oct.2008 (2008).

Cortés Tarapuez, M. O., & Criollo Chimbo, X. del R. (2024). *El tratamiento de la información de los contenidos periodísticos y su impacto de la opinión pública del canal Guaranda tv, periodo julio-diciembre 2022* [Universidad Estatal de Bolívar]. https://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/7095/1/PROYECTO.pdf

Crespo, J. M. (2018). Prensa Digital: Periódicos Digitales. ¿Presente o Futuro? *Nueva Revista - 161*, *161*, 23-26.

Diaz Patiño, M. de L. (2020). *Evolución de la televisión local en Ecuador, del siglo XX a la actualidad* [Universidad Técnica Particular de Loja]. http://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/26161

Díaz Vera, J. P., Hojas Peña, D. S., Moreno Córdova, G. N., & Díaz Vera, D. A. (2019). Las herramientas informáticas de edición en la formación de los futuros profesionales de la comunicación social en la FACSO de la Universidad de Guayaquil. *Revista Científica Ecociencia*, *6*(3), Article 3.

Diaza Salazar, C. del C. (2023). *Características del periodismo digital en la página de Facebook del diario La República en los meses de enero a julio del año 2021*. Universidad San Martin de Porres. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/12050/DIAZ_SCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández Avilés, M. A. (2018). *Medios de comunicación tradicionales y su importancia en el conocimiento de aspectos socioculturales de la provincia de los Ríos cantón Vinces*.

Fernández García, T., & García Rico, A. (2001). *Medios de comunicación, sociedad y educación*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/54978

Garbisu Buesa, M., & Blanco Alfonso, I. (2019). Periodismo cultural. *udiMundus*.

García-Ruiz, R., Morueta, R. T., & Gómez, Á. H. (2018). Redes sociales y estudiantes: Motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula abierta*, *47*(3), Article 3.

Gil, C. G. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, *140*(1), Article 1.

Gómez Chávez, K., Mendoza Bravo, J., & Zambrano Veléz, K. (2021). Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio de La Posta y GK. *Revista San Gregorio*, *1*(48), Article 48.

Gómez Martínez, C. (2018). Usos y apropiaciones de las TIC, en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. *Actas de Periodismo y Comunicación*, *4*(1), Article 1.

Han, B.-C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.

Hidalgo Albuja, P., & Andrade Lara, A. (2019). Los retos de la libertad de expresión en la era digital. *Libertad de expresión y protección de derechos*, 37-50.

Igartua Perosanz, J. J., Arcila Calderón, C., Piñeiro Naval, V., González Vázquez, A., & Blanco Herrero, D. (2022). *La teoría del «Framing» en la investigación iberoamericana sobre comunicación política*. 57-98.

Iglesias Álvarez, A. (2020). *Medios y soportes de comunicación*. Ediciones Paraninfo, SA.

INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. FASCÍCULO PROVINCIAL BOLÍVAR*. INEC. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/bolivar.pdf

Jiménez, D. F. L., & del Alcázar Ponce, J. P. (2021). Transformación digital en Ecuador: La pandemia como acelerador del ecosistema. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *5*(5), Article 5. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.932

Joareño Alarcón, J. (2009). *Ética y periodismo*. Editorial Desclée de Brouwer. https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/47894

Lázaro Gutiérrez, R. (2021). Capítulo 4 Entrevistas Estructuradas, Semi-Estructuradas y Libres. Análisis de Contenido. En *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario* (Vol. 171, p. 65). Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha.

Ley Orgánica de Movilidad Humana, Pub. L. No. Registro Oficial Suplemento 309 de 21 de Agosto del 2018 (2018).

López García, X., Silva Rodríguez, A., Vizoso García, Á. A., Westlund, O., & Canavilhas, J. (2019). Periodismo móvil: Revisión sistemática de la producción científica. *Comunicar*, *27*(59), Article 59.

López López, P. C., Castro Martínez, P., & Oñate, P. (2022). Agenda melding y teorías de la comunicación: La construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, *112*, Article 112.

Luján García, C. (2021). *Anglicismos en los nuevos medios de comunicación. Tendencias actuales*. Comares.

Marcillo Toral, G. B. (2018). *CIBERACTIVISMO EN LAS REDES SOCIALES, ECUADOR*. [Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi]. https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/1755/1/ULEAM-PER-0030.pdf

Martínez Ruiz, H. (2012). *Metodología de la investigación*. Cengage Learning. https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/39957

Martínez Ruque, H., Yaguana Romero, H., & Rencoret Quezada, N. (2018). Espacio público y políticas de comunicación: Redefinición del término comunitario en Ecuador. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, *V*(2), Article 2.

Mato, D. (2018). *Diversidad cultural e interculturalidad en educación superior. Experiencias en América Latina*.

Maxwell, J. A. (2019). *Diseño de investigación cualitativa* (Vol. 241006). Editorial Gedisa.

Mendoza, M. S. (2023). *El rol del periodismo en contextos de polarización en tres países de la región: Ecuador, Argentina y Perú*. Instituto de Defensa Legal.

Morejón Vallejo, R., & Zamora Pérez, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y contextos*, *18*, Article 18.

Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa.

Nieto, E. (2018). Tipos de investigación. *Universidad Santo Domingo de Guzmán*, *2*(1), Article 1.

Noelle Neumann, E., & Ruiz Calderón, F. J. (2019). *La espiral del silencio*. Ediciones Paidós.

Ordóñez, K., Rodríguez Vázquez, A. I., & Suing, A. (2021). La televisión local y la programación como refuerzo de Identidad cultural. *GIGAPP Estudios Working Papers*, *8*(190-212), Article 190-212.

Otero, E. (2020). *Teorías de la comunicación* (Centro de Publicaciones PUCE, Vol. 2). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Passega Rodríguez, S., & Salom Urrego, J. F. (2019, noviembre 25). *Aproximación sociocultural a la lectura digital en estudiantes universitarios de primer año*. http://hdl.handle.net/10554/46415

Peinado Díaz, M. A. (2021). De la diversidad cultural a una educación transcultural. *Revista Internacional de apoyo a la inclusión, logopedia, sociedad y multiculturalidad*, *7*(1), Article 1.

Peralta Encalada, F. J., & Piedra Santillán, C. J. (2022). *Comunicación digital y Narrativas Transmedia: Periodismo digital en redes sociales, tratamiento de información de crisis carcelaria en el Ecuador en el periodo 2020-2021 por el medio de comunicación La Posta*. Universidad Central del Ecuador. http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/29870/1/UCE-FACSO-CCS-PERALTA%20ENCALADA%20Y%20PIEDRA%20SANTILLAN.pdf

Piza Burgos, N. D., Amaiquema Márquez, F. A., & Beltrán Baquerizo, G. E. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, *15*(70), Article 70.

Quimí Vera, J. M., León Valle, B. W., Cortez Clavijo, P. E., & González Santos, M. (2023). La ética periodística en el tratamiento informativo del programa "Tras la noticia" de Radio Récord 106.5 FM. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, *6*(12 Ed. esp.), Article 12 Ed. esp. https://doi.org/10.46296/rc.v6i12edespdic.0193

Ramírez Campos, M. J. (2019). *La comunicación comunitaria en Ecuador* [Universidad Complutense de Madrid]. https://docta.ucm.es/entities/publication/45d8a3bf-1f7b-4285-946a-486bcb7f9c0e

Rasinger, S. M. (2020). *La investigación cuantitativa en Lingüística*. Ediciones Akal. https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/169251

Riera Vázquez, C. M., Paz Enrique, L. E., & Hernández Alfonso, E. A. (2018). Consideraciones sobre el desarrollo comunitario. *Investigación y Desarrollo*, *26*(1), Article 1.

Rivadeneira Prada, R. (2021). *Periodismo la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación* (3a. Ed). Editorial Trillas.

Rodríguez Cruz, M. (2018). Construir la interculturalidad. Políticas educativas, diversidad cultural y desigualdad en Ecuador. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, *60*, Article 60. https://doi.org/0.17141/iconos.60.2018.2922

Rodríguez, J. S. (2020). Periodismo, comunicación institucional y transparencia: Aprendizajes de la crisis sanitaria del COVID-19. *Revista de comunicación y salud*, *10*(2), Article 2.

Rodríguez, L. J. (2019). Periodismo cultural. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 289-290.

Said Hung, E. (2010). *TIC, comunicación y periodismo digital. Tomo II: Escenario de enseñanza y ciberperiodismo*. https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/69816

Sánchez, M. J., Fernández, M., & Diaz, J. C. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: Análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista científica UISRAEL*, *8*(1), Article 1. https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400

Scolari, C. A. (2021). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología* (Vol. 141). Editorial Gedisa.

Suck, A. T., & Rivas-Torres, R. (1995). *Manual de investigación documental: Elaboración de tesinas*. Universidad Iberoamericana.

Suing, A., Ortiz León, C., & Yaguana, H. (2021). Participación de los ciudadanos en los medios de comunicación social durante Covid-19. Caso del Ecuador. *Revista Ibérica De Sistemas e Tecnologias De Informação*, *E40*, Article E40.

Terán Villegas, O. R., & Aguilar Castro, J. L. (2018). Modelo del proceso de influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública. *Educere*, *22*(71), Article 71.

Teso Alonso, G., Fernández Reyes, R., Gaitán Moya, J. A., Lozano Ascencio, C., & Piñuel Raigada, J. L. (2018). *Comunicación para la sostenibilidad: El cambio climático en los medios*. Fundación Alternativas.

Tornay Márquez, M. C., Sánchez López, I., & Jaramillo Dent, D. (2021). *Inclusión y activismo digital: Participación ciudadana y empoderamiento desde la diversidad.* (Número 14). Dykinson. https://www.google.com.ec/books/edition/Inclusi%C3%B3n_y_activismo_digital_participa/o0hQEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&printsec=frontcover

Valera Ordaz, L. (2018). Medios, identidad nacional y exposición selectiva. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, *164*, Article 164.

ANEXOS.

Anexo 1 – Certificado Antiplagio

Alejandro - Daniel Muñoz - Amangandi

TIC Alejandro Y Daniel_compressed.pdf

My Files
My Files
Universidad Estatal de Bolivar

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::3117:413017676

Fecha de entrega
5 dic 2024, 3:13 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
5 dic 2024, 3:27 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
TIC Alejandro Y Daniel_compressed.pdf

Tamaño de archivo
1.2 MB

110 Páginas

23,408 Palabras

143,403 Caracteres

5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Fuentes principales

4%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
4%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

2024-12-05

ANEXOS DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista a la Lic. Diana Vázquez de La Universidad Estatal de Bolívar



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

Entrevista al sociólogo Nicolás Gonzales



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

ANEXOS DE LOS REPOTAJES

Entrevista al historiador Gustavo Fierro



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

Entrevista a comerciante de mercado Eulalia Gualan



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

Entrevista a Luis Camacho presidente de la comunidad de negroyaco



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

Entrevista a Luis Chávez Artista y escultor local



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

ANEXOS DE LAS TOMAS DEL REPORTAJE

Barrio la pila Guaranda



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

Parque el libertador centro de Guaranda



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

Iglesia catedral de Guaranda



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

Plaza 15 de mayo



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

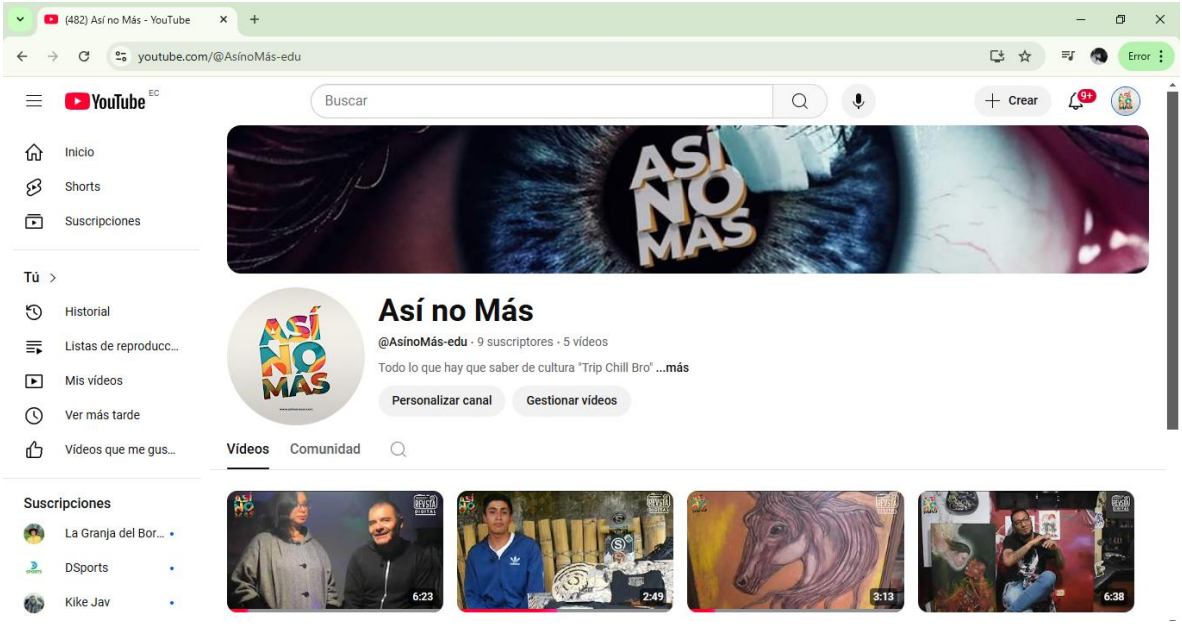
Mercado 10 de noviembre



FUENTE: autoría propio

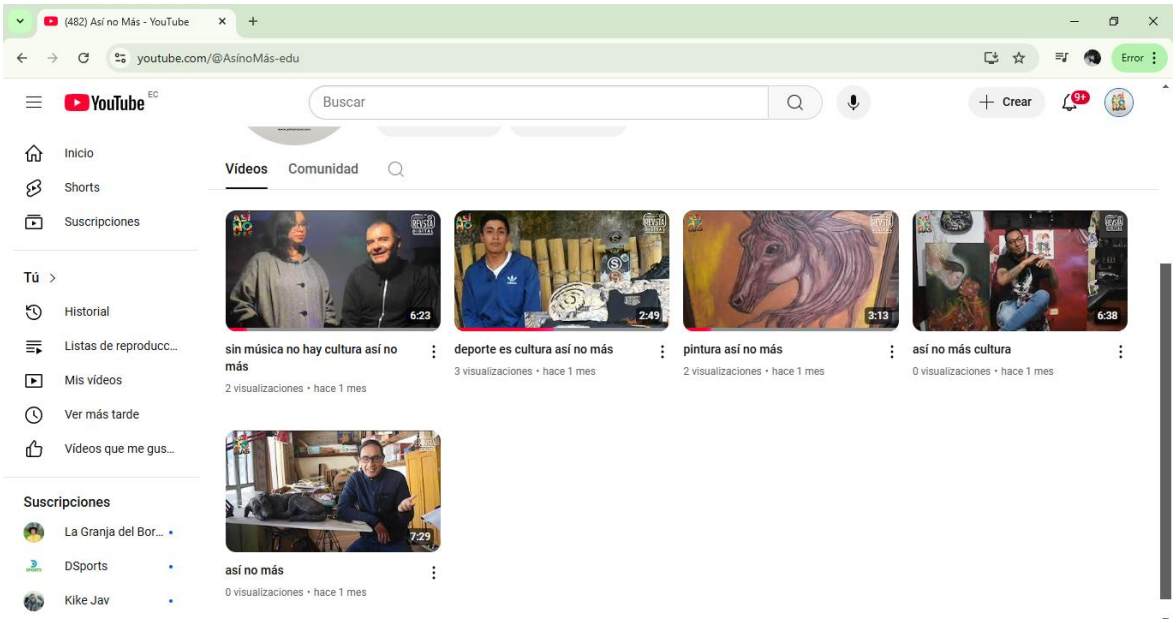
ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

ANEXOS DEL CANAL DE YOUTUBE



FUENTE: autoría propio

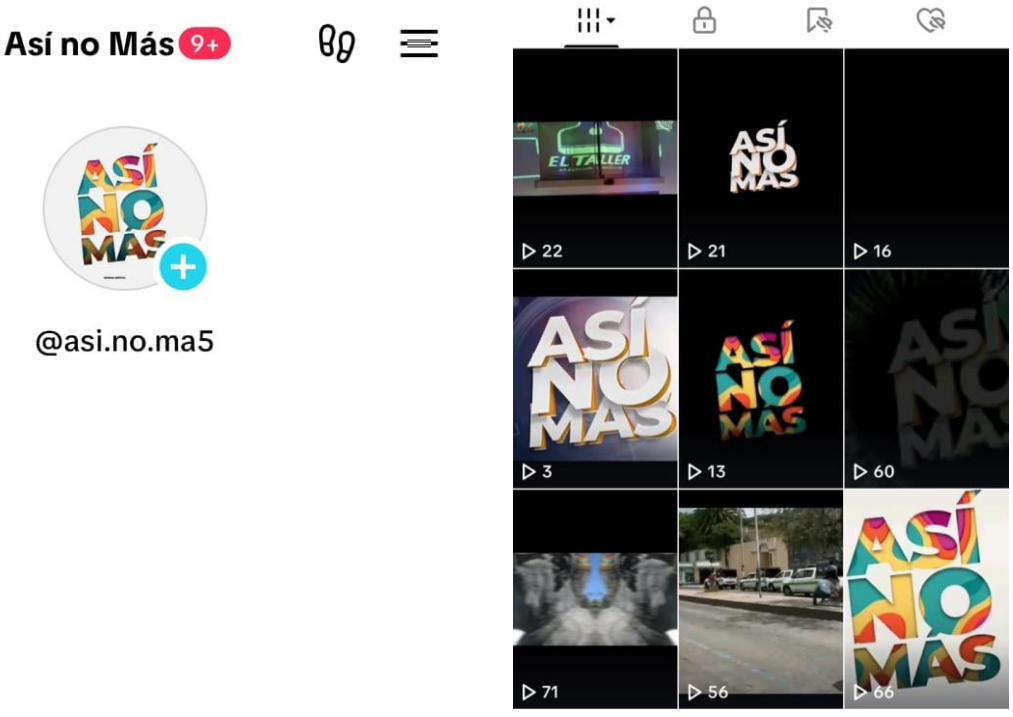
ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz

ANEXOS DEL CANAL DE TIK TOK



FUENTE: autoría propio

ELABORADO POR: Inti Daniel Amangandi & Alejandro Muñoz