



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL**

**TEMA:**

---

**“EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN  
AMBATO”**

---

Proyecto de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.

**AUTOR:**

William Daniel Suarez Freire

**TUTOR:**

Lcda. Mg. Eliza Carolina Vayas Ruíz

Ambato - Ecuador

2017

**TEMA:**

---

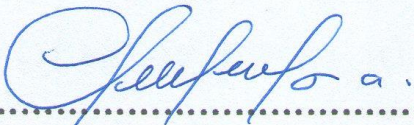
**“EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN  
AMBATO”**

---

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: “EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN AMBATO”, del Sr. Willian Daniel Suarez Freire, Egresado de la carrera de Comunicación Social, de la de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, Marzo de 2017.



.....

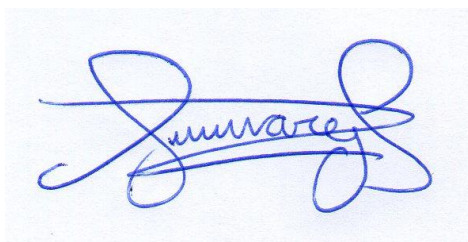
**Lcda. Mg. Eliza Carolina Bayas Ruíz.**

**TUTOR**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN AMBATO”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato Marzo de 2017.



.....  
Willian Daniel Suarez Freire

EL AUTOR

CI: 1804753794.

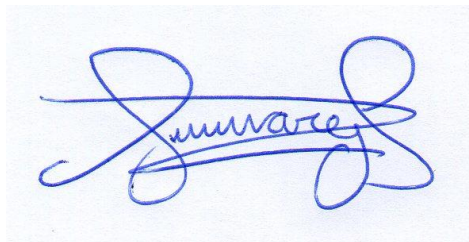
## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga uso de esta tesis o parte de ella como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando se respeten mis derechos de autor.

Ambato Marzo de 2017.

EL AUTOR



.....  
Willian Daniel Suárez Freire.

C.I:1804753794

## APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN AMBATO”, presentado por el Sr. Willian Daniel Suarez Freire, de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener el Título de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato de 2017.

Para constancia firma:

.....  
Presidente.

.....  
Miembro.

.....  
Miembro.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar el presente trabajo a mis padres, Raúl Suarez y Mariana Freire, hermanos Alex y Aquiles Suarez Freire, como también a mis profesores y maestros de la Universidad Técnica de Ambato, quienes día a día, me han ayudado a superar las distintas adversidades en la vida, han brindado su tiempo, conocimientos, estima y respeto para hacer de mi una persona de excelencia.

También dedico este trabajo todas las personas que se interesen por el área cultural de nuestro país Ecuador.

Willian Daniel Suarez Freire

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a toda mi familia por su apoyo incondicional para cumplir con esta etapa importante en mi vida.

Dejo en alto el Agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. Sus autoridades, personal docente y administrativo, de manera muy especial a la Lcda. Mg. Eliza Carolina Vayas Ruíz, por ser mi tutor del presente trabajo de investigación y ayudarme a entender la importancia de saber investigar.

Willian Daniel Suarez Freire



## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
PORTADA .....	I
TEMA:.....	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	III
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	IV
DERECHOS DE AUTOR .....	V
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO .....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE CUADROS .....	XIII
INDICE DE GRAFICOS.....	XIV
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVI
ABSTRACT .....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1

### **CAPÍTULO I**

#### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y SU FUNDAMENTACIÓN .....	3
CONTEXTUALIZACIÓN .....	4
ANÁLISIS CRÍTICO .....	6
PROGNOSIS .....	8
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	8
INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	8
DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.....	9
JUSTIFICACIÓN.....	9
OBJETIVOS.....	10
OBJETIVO GENERAL .....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10

### **CAPÍTULO II**

#### **MARCO TEÓRICO**

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS (ESTADO DEL ARTE) .....	12
FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	18
FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA .....	18
FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA .....	19
FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	19
CONTEXTO.....	38
HIPÓTESIS .....	39
DETERMINACIÓN DE VARIABLES: .....	39
VARIABLE INDEPENDIENTE: .....	39
VARIABLE DEPENDIENTE:.....	39

### **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	41
DE CAMPO.....	41
BIBLIOGRÁFICA DOCUMENTAL .....	42
TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
DESCRIPTIVA .....	42
EXPLICATIVA.....	43
POBLACIÓN Y MUESTRA .....	43
POBLACIÓN: .....	44
MUESTRA .....	45
SIMBOLOGÍA.....	45
SIMBOLOGÍA.....	45
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	47
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	49
OBSERVACIÓN DIRECTA .....	49
ENCUESTA .....	49
FORMATO DE ANÁLISIS .....	49
PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	50
PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN .....	50
REVISIÓN Y CODIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	50
CATEGORIZACIÓN Y TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	51

ANÁLISIS DE DATOS .....	51
SELECCIÓN DE ESTADÍGRAFOS .....	51
PRESENTACIÓN DE DATOS.....	51
INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	51

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

1. SITUACIÓN DE LOS MEDIOS LOCALES CON RESPECTO AL PERIODISMO CULTURAL.....	52
2. JERARQUÍA DE LAS NOTAS CULTURALES EN DIARIOS, RADIOS Y TELEVISIÓN (AMBATO).....	57
2.2 JERARQUÍA EN TELEVISORAS .....	57
2.3 JERARQUÍA EN RADIOS.....	58
3. PROCEDENCIA DE LAS NOTAS CULTURALES EN DIARIOS, RADIOS Y.....	60
3.1 PROCEDENCIA DE NOTAS CULTURALES EN DIARIOS .....	60
3.2 PROCEDENCIA DE NOTAS CULTURALES EN TELEVISORAS .....	60
3.3 PROCEDENCIA DE NOTAS CULTURALES EN RADIOS .....	61
4. ¿CUÁLES SON LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS MÁS UTILIZADOS POR LOS MEDIOS AMBATEÑOS? .....	63
4.1 GÉNEROS P. MÁS UTILIZADOS (DIARIOS) .....	63
4.2 GÉNEROS P. MÁS UTILIZADOS (TELEVISORAS).....	63
4.3 GÉNEROS P. MÁS UTILIZADOS (RADIOS).....	64
5. NOCIÓN DE CULTURA EN LAS NOTAS .....	66
5.1 NOCIÓN DE CULTURA EN NOTAS (DIARIOS).....	66
5.2 NOCIÓN DE CULTURA EN NOTAS (TELEVISORAS) .....	67
5.3 NOCIÓN DE CULTURA EN NOTAS (RADIOS) .....	68
6. EL PERIODISMO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EL CAMPO CULTURAL APLICADO .....	70
6.1.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ACUERDO AL CAMPO CULTURAL EN MEDIOS ESCRITOS .....	70
6.1.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ACUERDO AL CAMPO CULTURAL EN MEDIOS TELEVISIVOS .....	71
6.1.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ACUERDO AL CAMPO CULTURAL EN MEDIOS RADIALES .....	71

6.2.1 NOTAS DE MULTICULTURALIDAD, DERECHOS HUMANOS, EQUIDAD DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE EN MEDIOS ESCRITOS .....	73
6.2.2 NOTAS DE MULTICULTURALIDAD, DERECHOS HUMANOS, EQUIDAD DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE EN MEDIOS TELEVISIVOS .....	74
6.2.3 NOTAS DE MULTICULTURALIDAD, DERECHOS HUMANOS, EQUIDAD DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE EN MEDIOS RADIALES .....	75
6.3 DEBER DE LOS MEDIOS A FUTURO .....	76
COMPROBACIÓN ESTADÍSTICA DE LA HIPOTESIS (ENCUESTA) .....	77
HIPÓTESIS: .....	77
COMPROBACIÓN DE CHI CUADRADO .....	78
COMPROBACIÓN CIENTÍFICA DE LA HIPOTESIS .....	79

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

CONCLUSIONES:.....	81
RECOMENDACIONES: .....	83

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	84
JUSTIFICACIÓN.....	85
OBJETIVOS .....	86
GENERAL.....	86
ESPECÍFICOS: .....	86
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	87
PRESUPUESTO.....	88
FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	88
FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.....	89
CRONOGRAMA .....	103
BIBLIOGRAFÍA .....	104
ANEXOS .....	
PAPER.....	

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
Cuadro N°- 1 Población.....	44
Cuadro N°- 2 Medios de comunicación locales .....	44
Cuadro N°- 3 Variable Independiente .....	47
Cuadro N°- 4 Variable Dependiente.....	48
Cuadro N°- 5 Plan de recolección de información.....	50
Cuadro N°- 6 Frecuencias Observadas .....	78
Cuadro N°- 7 Frecuencias Esperadas .....	78
Cuadro N°- 8 Comprobación de Chi .....	78
Cuadro N°- 9 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	87
Cuadro N°- 10 Presupuesto .....	88
Cuadro N°- 11 Modelo Operativo .....	91
Cuadro N°- 12 Beneficiarios y Conductas Esperadas .....	92
Cuadro N°- 13 Estructura .....	101
Cuadro N°- 14 Previsión de la Evaluación.....	102
Cuadro N°- 15 Cronograma.....	103

## INDICE DE GRAFICOS

CONTENIDO	PÁG.
Gráfico N°- 1 Tipos de mensajes manejados.....	52
Gráfico N°- 2 Manejo Ético.....	53
Gráfico N°- 3 Porcentaje notas periodísticas diarios de Ambato .....	53
Gráfico N°- 4 Porcentaje notas culturales diarios de Ambato.....	54
Gráfico N°- 5 Porcentaje de notas Periodísticas televisoras de Ambato .....	55
Gráfico N°- 6 Porcentaje no Notas Culturales Televisoras de Ambato .....	55
Gráfico N°- 7 Porcentaje de Notas Periodísticas de Radios Ambato .....	56
Gráfico N°- 8 Porcentaje de Notas culturales Radios de Ambato .....	56
Gráfico N°- 9 (Diarios).....	57
Gráfico N°- 10 (Televisoras) .....	58
Gráfico N°- 11 (Radios) .....	59
Gráfico N°- 12 (Radios) .....	59
Gráfico N°- 13 (Diarios).....	60
Gráfico N°- 14 (Televisoras) .....	61
Gráfico N°- 15 (Radios) .....	62
Gráfico N°- 16 (Radios) .....	62
Gráfico N°- 17 (Diarios).....	63
Gráfico N°- 18 (Televisoras) .....	64
Gráfico N°- 19 (Radios) .....	65
Gráfico N°- 20 (Radios) .....	65
Gráfico N°- 21 Enfoque de Contenidos.....	66
Gráfico N°- 22 (Diarios).....	67
Gráfico N°- 23 (Televisoras).....	68
Gráfico N°- 24 (Radios) .....	69
Gráfico N°- 25 (Radios) .....	69
Gráfico N°- 26 (Diarios).....	70
Gráfico N°- 27 (Televisoras).....	71
Gráfico N°- 28 (Radios) .....	72
Gráfico N°- 29 (Radios) .....	72

Gráfico N°- 30 (Diarios).....	73
Gráfico N°- 31 (Televisoras).....	74
Gráfico N°- 32 (Radios) .....	75
Gráfico N°- 33 (Radios) .....	76
Gráfico N°- 34 Deber a futuro de los medios.....	77
Gráfico N°- 35 Distribución Chi-Cuadrado.....	79

## RESUMEN EJECUTIVO

Estudia el tratamiento dado al periodismo cultural en los medios de comunicación del cantón Ambato, así como referenciar la responsabilidad social ejercida en el cumplimiento de las responsabilidades comunes, e ítem promulgados en la Ley Orgánica de Comunicación. Determina temáticas como: la producción de contenidos que promueven la cultura, los valores identitarios y su espacio de difusión en los medios televisivos, radiales y escritos, presentes en Ambato durante el mes de Febrero del 2017.

Contiene el análisis del problema desde el enfoque cuali-cuantitativo, pues mediante evaluación y monitoreo a transmisiones aleatorias en programas y suplementos culturales, grabados de la tv, radio y documentos físicos de periódicos locales, como parte de la investigación, además su fundamentación mediante encuestas y entrevistas sobre periodismo cultural con características de responsabilidad social, en las audiencias y comunicadores de la provincia de Tungurahua.

Se concluye que la diversidad de contenidos en los medios locales se justifica supuestamente por su pluralismo, existiendo entre ellos un concepto tácito y denominador común que los convierte solo en reproductores de temas inoperantes sirviendo solo a sus intereses corporativos.

**PALABRAS CLAVES:** Periodismo Cultural, Responsabilidad Social, Mediación Y Producción Simbólica, Tratamiento Periodístico, Representaciones Sociales, Multiculturalidad, Valores Identitarios, Readaptaciones Culturales.



## **ABSTRACT**

It studies the treatment given to cultural journalism in the media of the canton Ambato, as well as reference the social responsibility exercised in the fulfillment of the common responsibilities, and items promulgated in the Organic Law of Communication. It determines themes such as: the production of content that promotes culture, identity values and its broadcast space in the television, radio and written media, present in Ambato during the month of February 2017.

It contains the analysis of the problem from the qualitative-quantitative approach, by means of evaluation and monitoring of random transmissions in cultural programs and supplements, TV, radio and physical records of local newspapers as part of the investigation, And interviews on cultural journalism with characteristics of social responsibility, in the audiences and communicators of the province of Tungurahua.

It is concluded that the diversity of content in the local media is supposedly justified by their pluralism, existing between them a tacit concept and common denominator that makes them only reproducers of inoperative subjects serving only their corporate interests.

**KEYWORDS:** Cultural Journalism, Social Responsibility, Mediation and Symbolic Production, Journalistic Treatment, Social Representations, Multiculturalism, Identity Values, Cultural Readaptations.

## INTRODUCCIÓN

Más que periodismo imparcial lo que hace falta es un periodismo honesto, responsable y sensible. Las plataformas políticas siguen ocupando el primer lugar en los espacios principales de la programación habitual, y tiraje de los medios, se cubren eventos que organizan las instituciones públicas respecto a: fechas conmemorativas, feriados nacionales, celebraciones, gastronomía, talk shows, concursos de talento, entrevistas a personajes o figuras mediáticas que forman parte del acontecer noticioso; ocasionando un notable descuido en el tratamiento del periodismo direccionado a la cultura. La comunicación y los procesos de relaciones sociales con responsabilidades compartidas, en el Ecuador son importantes en el estudio del periodismo cultural y su desarrollo a través de la historia.

La realidad nacional en la actualidad referente al periodismo cultural es amplia y permite valorar si se trata de solo cumplir con cierto espacio de contenido intercultural o si verdaderamente se está cumpliendo con los, artículos dispuestos en la (Constitución Del Ecuador 2008) y (Ley de Comunicación 2013), en base a principios de plurinacionalidad y multiculturalidad con responsabilidad social. (Jorge Rivera 1995) considera al periodismo cultural como una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios en terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental. Con la masificación de los medios y la redistribución de frecuencias, es mayor la posibilidad de generar contenidos y propuestas de comunicación en temas multidisciplinarios, culturales y de interés colectivo.

El estudio de la investigación se realiza en la ciudad de Ambato capital de la provincia del Tungurahua en Ecuador. (Pamela Cruz y Santiago Rosero 2012) mencionan que todos los días solo una parte de la multiplicidad de expresiones, experiencias y prácticas urbanas, populares, urbanas y rurales se difunden en la radio la televisión y la prensa del país; por lo tanto ¿se puede hablar de información consolidada y espacios

institucionalizados para la misma en ciudades pequeñas y con pocos medios locales? (Goodwin 1994 p. 12) habla acerca de consideración que debe de tener respecto a la “teoría de la responsabilidad social de la prensa” como una posible base para un sistema de ética periodística. Se visibiliza cada vez más lo necesario de asumir con responsabilidad social y ética temas referentes a nuestra cultura para que se masifiquen llegando con mayor alcance a la sociedad. En la actualidad los medios ambateños manejan niveles considerados bajos respecto a contenidos periodísticos que tengan que ver con la cultura.

(Francisco Sierra 2009) en su teoría de “El Mediocentrismo” señala que se debe dejar paso a una lectura más crítica y una renovación de la lógica y las mediaciones simbólicas sociales de acuerdo a los procesos culturales. Esta visión exige superar las interpretaciones mediocéntricas de la comunicación al uso en sociedades dominadas por la industrialización y capitalización del conocimiento y la cultura. Si comprendemos que los reportajes culturales son rituales y procesos de comunicación de acuerdo al contexto y la situación donde éstos se emplean.

El presente trabajo está sustentado en la metodología cuali-cuantitativa a partir de la modalidad de análisis e interpretación. Entre los instrumentos y técnicas de investigación se destacan: La encuesta y análisis de contenidos informativos en temas culturales difundidos en la ciudad de Ambato, para determinar los posibles factores que ocasionan, la escases de productos comunicacionales que divulguen la historia de la cultura local, la expresión popular. Además la revisión bibliográfica documental en donde fueron consultados autores como: Francisco Sierra (2009), Pamela Cruz-Santiago Rosero (2012), Kapuscinski (2003), Goodwin (1994), Vilchez (1993). Se trabajó con el enfoque cuali-cuantitativo con un paradigma crítico propositivo.

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:** Valoración Cultural

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **TEMA DE INVESTIGACIÓN:**

**“EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMBATO”**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y SU FUNDAMENTACIÓN**

La construcción de la cultura se da en el acoplamiento de las unidades sociales al formar un significado. Diríamos entonces que es un sinónimo de la comunicación. (Levi Straus 1985) señala que la ciencia, el mito, el rito, la tradición y las explicaciones racionales del contexto forman principalmente el proceso cultural efectivizando un intercambio simbólico que pueda ser frente a la naturaleza todavía no conquistada. (Goffman 1971) cree en la trascendencia de los símbolos y signos en la conformación del orden social, de ahí la razón de la importancia que siempre han tenido los medios en la sociedad en general como fabricantes de contenidos simbólicos. Mientras que la mente humana organiza su conocimiento de acuerdo a polos binarios opuestos bueno-malo, dentro-fuera, todo-nada los que se organizan de acuerdo a la lógica del orden social.

Los medios de comunicación están presentes en el contexto social. Las personas pueden hacer uso de ellos cuando les place sin tomar en cuenta que se convierten a la vez esclavos de la programación o contenido que les presentan. También los usuarios simplemente captan esa información sin hacer conciencia de lo que están viendo o consumiendo. (Francisco Sierra 2009 p. 13) cree que los medios tienden a enquistarse en particulares rutinas de producción las que están al servicio de intereses corporativos provocándose de esta manera un “circuito de retroalimentación endogámica” que se aleja de la ciudadanía y la cultura y se refleja en los contenidos entregados a diario en la televisión, la radio y los periódicos nacionales y locales alejados la mayoría de la responsabilidad social requerida.

## CONTEXTUALIZACIÓN

La información obtenida desde el Registro Público de Medios, arroja interesantes resultados respecto a la programación y contenidos de los medios de comunicación a nivel nacional, en temas como: clasificación del contenido, tipo de producción, origen del contenido, clasificación de audiencia franja horaria y audiencia objetivo. (CORDICOM 2015). Actualmente, observamos que los medios televisivos poseen en la parrilla de programación, en su mayoría, contenidos de tipo Entretenimiento, siendo este el mayor porcentaje de transmisión con el 40% sobre el total de la programación existente a nivel nacional; seguido por los contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural, que representan el 28%, quedando muy por debajo del parámetro establecido en la Ley Orgánica de Comunicación en su Art. 8, donde indica que los medios de comunicación deberán transmitir prevalentemente contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural.

Este mismo fenómeno se puede observar en los medios radiales, los contenidos de Entretenimiento acumulan el 48% y los contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural apenas el 26%. Para los medios impresos y portales informativos en internet existe una variación con respecto del tipo de contenido, si bien es cierto tampoco se cumple con lo requerido en la Ley de Comunicación, la prevalencia de contenidos que poseen estos medios de comunicación se enfoca más al de tipo Informativo representado por el 53%; y de la misma manera se mantiene en segundo lugar los contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural con el 14%. Otro dato interesante de resaltar es el Tipo de Producción y el Origen de Contenido, donde se visibiliza que los medios cuentan mayoritariamente con programas, cuya producción es propia del medio de comunicación y adicionalmente su origen es de Producción Nacional, en los medios audiovisuales. Se puede observar que más del 70% de los contenidos en Radio, son producidos por los propios medios de comunicación, teniendo una relación directamente proporcional con la Producción Nacional. Misma dinámica se presenta con la Televisión, donde los contenidos producidos por los propios medios de comunicación representan algo más del 40%.

Los medios impresos muestran la misma tendencia que la radio, respecto al origen de sus contenidos, el 72% son de producción propia. Es importante considerar dentro de estos resultados hacia qué audiencia o público enfocan principalmente su programación. La información muestra que en general los medios de comunicación inclinan sus contenidos a público diverso, más del 70% de contenidos son para todo público. Este dato guarda relación directa con la franja horaria en la que se transmite la programación, debido a que en promedio el 70% de contenidos se encuentran en franja familiar. Por otro lado se nota una mínima proporción de contenidos exclusivos para el tipo de audiencia: adultos mayores / jóvenes / niños, niñas y adolescentes, que en conjunto representan menos del 15% entre Radio y Televisión.

El Cantón Ambato en la provincia de Tungurahua, por su localización geográfica, desarrollo comercial y social en el centro del país, propicia las actividades de varias personas y culturas de diferentes sitios del Ecuador y del mundo, dentro de su red de medios de comunicación, cuenta con un gran número de empresas de comunicación, entre las que destacan 24 radioemisoras privadas y 2 públicas 3 diarios de los cuales solo dos están inscritos en la lista del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación además de 4 revistas, dos estaciones de televisión y finalmente dos portales informativos en internet. (CORDICOM 2015)

En materia relacionada al tratamiento del periodismo cultural con responsabilidad social, en los medios locales tradicionalmente; el ejercicio periodístico es similar al ámbito nacional, se ha configurado a partir de jornadas culturales de empresas e instituciones, radioprogramas musicales, entrevistas a artistas en vivo, autores de libros, personajes ilustres, tips, farándula y programas especializados en un tema de una área determinada de la ciencias, junto a los noticieros, no se contaba con una definición de contenidos culturales, para la difusión informativa, y se dedicaban a cubrir actividades de socialización más cercanas o características de los cantones de la provincia.

El alcance del espectro radioeléctrico es un poco limitado, la situación geográfica en que viven algunas personas, hace que el acceso a los medios de comunicación, sea muchas veces escaso, dejando relegada información importante para la población; que

se podría dar a conocer con el establecimiento de convenios con las personas, empresas e instituciones productoras de contenidos, que promuevan la difusión para dar a conocer realidades de hechos cotidianos, que se valoren con interés público, y se conviertan en aportes a la cultura nacional y el medio ambiente. (Rosero 2012) plantea al periodismo cultural como marco de referencia que se desarrolla en un concepto multidisciplinario y propone evaluar el nivel de desarrollo, la concepción y el tipo de aproximación a la práctica del verdadero periodismo.

En la actualidad Ambato cuenta con 200.000 usuarios (Espinoza, 2014) en el servicio de televisión por cable y acceso a internet, lo cual facilita el acceso a los medios de información, referente a la radiodifusión tiene tendencias marcadas, existen espacios de noticiero en todas las franjas horarias su principal actividad es en ocasiones leer diarios locales y unas pocas noticias que se cubren por los reporteros locales, es característica de la radio local los programas deportivos combinados con notas de farándula, comentarios, concursos e intervenciones de la audiencia, hay poca investigación y son repetitivos los programas educativos y de música nacional.

## **ANÁLISIS CRÍTICO**

El desinterés además del excesivo mercantilismo de los medios está incidiendo directamente en la escasa difusión y producción cultural periodística en la ciudad de Ambato capital de la provincia del Tungurahua en Ecuador.

Las causas de esta variación cultural enfocada desde el periodismo están relacionadas en primer lugar, a qué los medios de difusión informativa oficial y las empresas de comunicación ubicadas en Ambato poseen escasas propuestas en temas de tratamiento periodístico cultural, a pesar de las exigencias del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y las leyes aprobadas en el país. De esta manera se puede dar un posible estancamiento del periodismo cultural ambateño. En la actualidad además se debe de tomar en cuenta el creciente auge que viene teniendo internet como medio de masas.

Una probable acumulación de programas que sean rentables pero carentes de contenido es un peligro latente en un futuro cercano. El desinterés mostrado por los dueños de los medios locales es muy evidente; tanto en la radio, televisión y medios impresos lo que prima son los grandes espacios destinados para la publicidad y las noticias de ámbito social empresarial, siendo los espacios destinados al periodismo cultural muy irrisorios y hasta en algunos casos inexistente. El bajo nivel de realización de contenidos a nivel local, se debe también a la desatención y abandono de cobertura en las jornadas culturales y eventos didácticos convocados por instituciones, personas y relacionistas públicos que están al frente de las actividades de culturales que tienen establecidas sus redes de cobertura e información.

La insuficiente cantidad de productoras independientes además de los medios existentes dedicados a esta temática se evidencia claramente en la programación y contenidos brindados a diario. (Francisco Sierra 2009 p. 57) piensa que las deficiencias en las pautas que rigen la producción informativa responden a un conjunto de condicionantes “sistémico-estructurales” además de una tendencia direccionada hacia la “gestión tecnocrática corporativa”. Si consideramos esto último con detenimiento es muy posible que los contenidos y reportajes con temáticas culturales tiendan a desaparecer ante la mirada impasible de los dueños de medios y entidades dedicadas a la cultura.

Una causal a tomar muy en cuenta es el paupérrimo interés de la ciudadanía ambateña respecto a contenidos que tengan que ver con la cultura local y nacional. (García Canclini 2006 p. 19) considera a procesos socioculturales que combinan nuevas estructuras o prácticas con las tradicionales y terminan absorbiéndolas como “Hibridaciones Culturales”. Esto configura probables escenarios en donde el despago a los valores culturales por parte de la población ambateña se haga mucho más notable, perjudicando la ya gastada imagen de ciudad cosmopolita.



## **PROGNOSIS**

Ambato posee una vieja tradición cultural y es ser considerada la ciudad cosmopolita del país. (García Canclini 1989) menciona que toda comunidad o grupo social tiene una identidad cultural propia la que abarca un conjunto de valores, tradiciones, símbolos y creencias que le dan al individuo un sentido de pertenencia. En el caso de no mejorar los procesos del tratamiento periodístico cultural en las empresas de comunicación actuales en sus diferentes manifestaciones y temas respecto a la cultura de la ciudad y la provincia podría existir una pérdida de interés por el quehacer cultural local.

En base a los primeros pasos del periodismo cultural con responsabilidad social, la mayoría de los medios hoy en día trabaja de acuerdo a esquemas “Tardomodernos” donde solo prima lo estratégico y lo instrumental encaminado hacia el capital entendido en términos economicistas (Francisco Sierra 2009 p.57). Al verse afectada la responsabilidad social por parte de los medios se llegaría a un queme-importismo comunicativo y periodístico social donde las principales herramientas manejadas sean la tecnología y el mercado dejando muy de lado la verdadera esencia de un periodismo comprometido con la cultura y los valores sociales.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo el enfoque de responsabilidad social se está manejando en el periodismo cultural en el cantón Ambato?

## **INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN**

1. ¿Existe difusión de información en temas de periodismo cultural con responsabilidad social en Ambato?
2. ¿Cómo se generan las agendas del periodismo cultural en Ambato?
3. ¿Cuáles son los factores que consideran los medios, para difundir los contenidos de información cultural, en Ambato?
4. ¿Existen personas y empresas productoras de contenidos culturales para los medios en Ambato?

5. ¿Cuál es la información considerada como relevante para la población en temas de periodismo cultural con responsabilidad social en Ambato?
6. ¿Cuál sería una posible solución para mejorar el tratamiento del periodismo cultural, con principios de responsabilidad social?

## **DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN**

### **Delimitación de Contenidos.**

**CAMPO:** Géneros de comunicación.

**ÁREA:** Periodismo Cultural.

**ASPECTO:** Cobertura y generación de información, con principios de responsabilidad social en Ambato.

**Delimitación Espacial:** Ambato-Tungurahua-Ecuador.

**Delimitación Temporal:** Febrero 2017.

**Unidades de Observación:** Medios de comunicación y Ciudadanía Ambateña

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente estudio, tiene como objeto entender el tratamiento informativo del periodismo cultural, desde los medios de comunicación y comunicadores sociales que son los responsables, de la generación y producción de información para los medios de comunicación, reconociendo también el aporte de comunicadores anónimos que encontramos en el ciberespacio, este trabajo nos ayudan a determinar la influencia de los medios de comunicación locales, en el fomento de una cultura solidaria de responsabilidad social, que favorezca la participación de la ciudadanía en la construcción de sentidos críticos y contenidos enmarcados en la responsabilidad social.

La investigación se considera útil, para ayudar a establecer los factores, y determinar acciones que condicionan el tratamiento periodístico cultural y los criterios de responsabilidad social en las empresa de comunicación en Ambato y la provincia de Tungurahua, los resultados pueden ser una alternativa para mejorar los procesos de comunicación social, en busca de la transformación social y construcción de

información con cultura solidaria e identidad local.

Es una de las primeras propuestas de investigación en esta área, no se ha realizado este tipo de estudios en el cantón y podría favorecer a la comunidad ambateña y tungurahuese, en el desarrollo y difusión de contenidos comunicacionales, al alcance de la comunicación cotidiana con sus públicos internos y externos, además de fomentar espacios participativos en los medios para la ciudadanía, enmarcados en el marco legal vigente del Ecuador, para garantizar el acceso libre a información de calidad, con responsabilidad social, que promuevan la sostenibilidad, con equidad social hacia el buen vivir.

Los beneficiarios son los periodistas amantes de la cultura y las tradiciones, además las empresas de comunicación, los medios locales y nacionales dispondrán de espacios de intercambio cultural en el tejido social; siendo su aporte a la construcción de una memoria colectiva, en temas diversos, novedosos y de interés; con diferentes formatos de producción, a través de los medios de manera clara y precisa. Finalmente es factible porque tiene apoyo de la ciudadanía y el soporte de especialistas en la materia organizaciones sociales, productivas, clubs, medios de comunicación, y autoridades del cantón Ambato y la provincia.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar de qué manera se maneja el periodismo cultural hacia la responsabilidad social en las empresas de comunicación en Ambato

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Analizar los contenidos de la información cultural, en los medios de comunicación del cantón Ambato.
2. Identificar si la información en temas culturales está enmarcada en principios de

responsabilidad social y aporte a la identidad local de la comunidad Ambateña y Tungurahuense.

3. Establecer propuestas de estudio alternativas a partir de los resultados obtenidos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS (ESTADO DEL ARTE)**

Después de la exploración en diferentes fuentes bibliográficas referentes al problema se ha podido encontrar pocos trabajos investigativos concernientes al tema, recurriendo también a varios artículos científicos referidos de una manera muy puntual al tema tratado en la investigación.

El proyecto de investigación realizado por WILMER FABIÁN MAISANCHE CASTILLO (2015) con la temática “Las estrategias de comunicación periodística y la difusión de contenidos en la página web del diario el Herald de la ciudad de Ambato” para la obtención del título de Licenciado/a en Comunicación Social en la Universidad Técnica de Ambato donde se plantea definir estrategias de comunicación en la difusión de contenidos en la página Web de diario el Herald (Ambato). Esta investigación se fundamenta en el análisis cuali-cuantitativo bajo el paradigma crítico propositivo. Si se considera a las encuestas como instrumento único de recopilación de información se puede caer en un error metódico. Es por eso lo necesario de proyectos investigativos que manejen técnicas como la observación directa o la entrevista a profundidad.

Maisanche Castillo (2015) concluye que la página web de diario el Herald de la ciudad de Ambato es manejada de forma empírica y esto provoca en muchos de los casos desinformación porque las noticias en el espacio digital no son actualizadas. También el contenido que se despliega no cumple la forma objetiva, precisa y estructurada de difundir contenidos periodísticos para que los usuarios la comprendan, esto ocasiona un nivel de cultura bajo. Por lo tanto esta investigación estaría enfocada a poner de manifiesto posibles irregularidades de contenidos culturales en todos los medios locales y nos solo en el diario donde se realiza esta investigación.

Además recomienda la puesta en escena de diferentes temas a publicarse los que deberán contar con un contenido cultural fresco, agradable y preciso, esto permitirá al lector realizar una profundización del tema en las notas periodísticas que estén enlazadas por medio de hipervínculos, lo que permitirá mantener una fiabilidad y veracidad en el espacio digital de los medios de información. Añade además acerca del potenciamiento de los productos culturales multimedia permitirá explorar los nuevos mercados. De ahí la necesidad de que este proyecto se enfoque en parámetros que potencien dichos posibles mercados y se logren futuras alianzas estratégicas entre los medios locales, la ciudadanía y la universidad.

La tesis para obtener el título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato de DAVID FERNANDO VILLACÍS ESPINOZA (2015), con el tema “Influencia de los contenidos de la prensa escrita local en la creación de responsabilidad social en estudiantes de la Unidad Educativa Mario Cobo Barona” en donde plantea determinar cómo influyen los contenidos de la prensa escrita local en la creación de responsabilidad social en los estudiantes de dicha institución. Por lo tanto se debe reflexionar respecto a investigaciones como esta en donde se abren espacios para el desarrollo del periodismo desde la responsabilidad y valores, pero deben incorporarse nuevas técnicas de análisis y recopilación para futuros proyectos investigativos que se interesen en el tema.

Espinoza (2105) dentro de los resultados de su investigación concluye mencionando la importancia del manejo de contenidos edu-comunicacionales para la construcción de responsabilidad social y la escasez de espacios similares en la prensa escrita. También hace hincapié en la necesidad de incorporar contenidos que generen responsabilidad social dentro de la comunidad. Sin embargo al ser un número tan pequeño el analizado deja varias interrogantes respecto a otras instituciones educativas y la ciudadanía en general. Es por eso que deben realizarse investigaciones y análisis más completos y complejos respecto al periodismo cultural y la responsabilidad social.

Por último recomienda la necesidad de provechar la tendencia que los jóvenes poseen para impartir información constructiva para generar un cambio generacional involucrado con la sociedad, la cultura y el ambiente. Además propone desarrollar formas de interacción con la juventud para fomentar valores mediante los diferentes medios de comunicación. Nos

deja varias interrogantes como: ¿Existe la necesidad de que las nuevas generaciones hagan conciencia de los contenidos comunicativos que a diario asimilan? ¿El periodismo ambateño está realmente comprometido con la cultura?

En la investigación realizada por JAVIER LEONARDO MANOBANDA CHICAIZA (2015) bajo el tema “La difusión radial de la música nacional ecuatoriana y la identidad cultural de los jóvenes del área rural de la parroquia Izamba”. Con mención a obtener el título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Técnica de Ambato se determina si la difusión radial de la música nacional ecuatoriana afecta en la identidad cultural de los jóvenes de esta parroquia rural. El método utilizado en este trabajo es el análisis cuali-cuantitativo bajo el paradigma crítico propositivo. De esta manera se toma en cuenta parámetros simbólicos como la música tradicional y su variación respecto al fenómeno de la globalización. Se podría acotar diciendo que el tema se da para realizar otro tipo de análisis.

Manobanda (2015) concluye que la difusión radial y socialización de la música ecuatoriana afecta la identidad cultural de los jóvenes del sector rural de la parroquia Izamba. También considera que el porcentaje de apoyo a la música ecuatoriana por parte de los medios de comunicación es imperceptible ya que su difusión se da en horarios de poca acogida, los medios de comunicación locales tienen más acogimiento a la música extranjera. Además señala que la difusión radial de la música nacional transmite identidad cultural en la juventud ya que al apoyar o difundir programas, radio revistas en horarios de mayor sintonía sin discriminación a la música nacional nos ayuda a descubrir experiencias. Debe tomarse en cuenta la imagen que pretende mostrar la juventud tanto en el área urbana como rural pero para ello se necesitan investigaciones más minuciosas y objetivas.

Al final recomienda que los jóvenes deben poner énfasis en mejorar su nivel de identidad cultural, superando los ámbitos culturales extranjeros que se le presenten; para ello es necesario implementar charlas culturales que ayuden a formar la identidad. Así mismo exhorta implementar en la programación radial actividades culturales que ayuden a la juventud a conocer sus propias formas de vida y orientarles acerca de la música nacional. Así mismo quedan interrogantes respecto a gustos musicales en otros poblados y parroquias rurales de la provincia.

JAVIER FERNANDO ARRIETA CALDERÓN (2016) en su investigación “La responsabilidad social de los medios de comunicación impresos frente al derecho a recibir información de relevancia pública veraz en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2015” Tesis para la obtención del título de Abogado en la Universidad Central del Ecuador en donde explica desde los estándares del derecho a la libertad de expresión, en qué proporción el medio de comunicación impreso El Comercio cumple con el deber de presentar información verificada, contrastada, precisa y contextualizada a los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito en el período enero a junio del año 2015. Los métodos aplicados en esta son el inductivo, deductivo, analítico y sintético. Precisamente análisis como los mostrados en el presente ayudan a desarrollar la investigación de una manera más específica.

El autor asevera que la libertad de expresión es indispensable que exista en las sociedades que se consideran democráticas porque una comunidad que no está bien informada no es plenamente libre. En este contexto, el periodismo es la manifestación primaria y principal de la libertad de expresión ya que está vinculado con dicha libertad debido a que es inherente a todo ser humano. Concluye manifestando que el derecho a la información tiene por objetivo que la persona obtenga una información adecuada a sus necesidades de conocimiento, cultura y participación, dicha información debe cumplir con un requisito fundamental: que la misma debe ser veraz. Precisamente el enfoque jurídico dado a la comunicación en este proyecto ayuda a entender el tema desde otra perspectiva.

Finalmente recomienda a los periodistas y editores que trabajan en los medios de comunicación social ejercer con profesionalismo y con responsabilidad ética la labor del periodismo, lo cual implica realizar una investigación previa respetando un cierto estándar de diligencia en la comprobación de los hechos acerca de los cuales informa. Advierte además a la Supercom realizar talleres con los periodistas y editores de los medios de comunicación social para debatir y profundizar el alcance de los términos veraz e imparcial con el objetivo de que se realice un periodismo cultural responsable. De este modo la presente aporta con criterios muy apreciables para el diseño y elaboración de trabajos investigativos encaminados entre la comunicación y el derecho.



En el tema “Comunicación, Identidad y Responsabilidad Social: construcción de puentes de comunicación para la vinculación de la universidad de los hemisferios con la comunidad de Cochapamba” de OLGA MARÍA DE LOS ÁNGELES ALARCÓN ORTEGA (2015) realizado como tesis de grado previa a la obtención del título de Magíster en Comunicación Organizacional Universidad Central del Ecuador se explora diferentes grupos, cada uno con sus propias prácticas culturales considerando desde la comunicación como un contexto próspero, para delinear puentes comunicacionales; con el objeto de respetar sus manifestaciones, fortalecer su cultura, apreciar empatías. La metodología aplicada en este proyecto es el enfoque cualitativo, por tratarse de una investigación de contenido socio-cultural. Asimismo se apoya en las historias de vida, las cuales esgrimen las particularidades etnográficas de la problemática.

Alarcón (2015) ultima que la comunidad de Cochapamba no está alejada de los tradicionales paradigmas sociales y responde al sistema socio-económico cultural vigente en el país, el mismo que replica las impuestas desde la época colonial, en sus instancias de poder y exclusión de los grupos humanos a través de los medios. De igual forma añade que no ha existido el verdadero interés y un compromiso social con varios sectores de la población, respecto a contenidos; tampoco en modificar las políticas en acciones de inclusión para afirmar la riqueza de la etnicidad y cultural. Si se toma en cuenta que es un proyecto que se realizó hace poco pero que sigue visibilizando antiguas problemáticas comunicativas.

La autora recomienda que la acción debe estar relacionada a fortalecer los puentes de comunicación, a través de una mayor y mejor intervención de sus habitantes. En la que se priorice la convocatoria de todos los actores sociales, la concertación en el principio de igualdad con una plataforma democrática de participación y gestión comunitaria y ciudadana en beneficio de la colectividad y la cultura. Valores dignos de tomar en consideración a la hora de ejercer la responsabilidad social por parte de periodistas y comunicadores con la entereza dividida.

Dentro de la obtención de un mayor número de información referente al tema de la investigación se recurrió a también a los artículos científicos publicados por María Gabriela Zambrano Morales, Orlando Villalobos Finol y Francisco Campos, Diana Rivera.

MARÍA GABRIELA ZAMBRANO MORALES y ORLANDO VILLALOBOS FINOL (2010) en el artículo científico publicado por la Universidad FLACSO Ecuador con el tema “Presencia del periodismo cultural y del espectáculo en la prensa” en donde se plantea los resultados obtenidos en el periodismo cultural y el área del espectáculo donde se evidencia la ausencia y el despegue total con las corrientes culturales-artísticas. Para lo que se utilizó la metodología de tipo descriptivo no experimental, pues no se manipulan las variables, sino que se ocupa de la caracterización del objeto o fenómeno en estudio. Respecto a las técnicas de investigación, son utilizados la observación y el análisis de contenido cuantitativo de medios,

Zambrano y Villalobos (2010) concluyen que todavía no existen criterios claros para asignar la distribución de espacios, aunque casi siempre el espectáculo es el que ocupa los cuadrantes con más relevancia y el periodismo cultural suele estar colocado en lugares cuyos nombres o clasificaciones no corresponden con el contenido del caso, lo cual origina más imprecisión y que sea confundido con el espectáculo o viceversa en este último es común encontrar que la mayoría de sus casos son meros hechos informativos, lo que también se observa en las notas de cultura. En cambio, el periodismo cultural ideal ha de poseer un contenido educativo, interpretativo y hasta opinativo.

Como recomendación plantea repensar con detenimiento la influencia del periodismo de espectáculo y que se puede hacer para transformarlo. Respecto al periodismo cultural encomienda que se le conceda el espacio que le corresponde para promover democracia y ciudadanía,

FRANCISCO CAMPOS y DIANA RIVERA (2011) en su artículo científico “Credibilidad de la prensa: misión y responsabilidad social corporativa socioeconómico-mediático” publicado por FLACSO en donde se programa que la Esfera Pública, el espacio público estructurado en virtud de los medios de comunicación, ha de corregir un desequilibrio que, según ilustran varios autores favorece a las élites. Para lo que utilizó la metodología basada en la investigación bibliográfica referente a este tema.

Campos y Rivera (2011) llegan a la conclusión que las dinámicas actuales de los medios de comunicación lastran en un posible retroceso cultural, especialmente en la medida en que la

concentración empresarial o la financiación de los medios, potencia su alineamiento con los más poderosos, cuya selección e interpretación de los acontecimientos se torna ubicua.

Finalmente recomienda que bajo ese nuevo modelo, la función de los medios públicos y privados sería conectar las voces de las comunidades locales y virtuales con el espacio público mayoritario mediante procedimientos transparentes que gocen de amplio consenso. A este objetivo hemos intentado contribuir en la medida de nuestras modestas posibilidades.

## **FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Esta es una investigación de carácter social-cultural y se encuentra situada dentro del paradigma crítico propositivo. (Thomas Kuhm 1986) propone manejar el término paradigma para las realizaciones científicas universalmente reconocidas que durante cierto tiempo proveen a la comunidad científica de modelos operativos para problemas y sus soluciones. Este paradigma se ampara tanto en la deliberación individual como colectiva porque solo así se pueden sentar unas buenas bases para una nueva sociedad cultural democrática y responsable. El planteamiento de (Guillaume 1992) se refiere a la importancia de la teoría y el proceso del conocimiento en la transformación recíproca del pensamiento en cuanto al contexto del sujeto, objeto y su relación con el investigador y los medios.

El presente trabajo se ampara en el enfoque desde el periodismo respecto a la cultura y sus procesos dados en la interacción de los miembros de una ciudad o poblado. Así un marco ético no se desprende de la teoría (Hulteng 1985) argumenta que los patrones y principios influyentes en el trabajo de los medios de comunicación hoy en día surgen principalmente de la mal llamada “ideología libertaria” y los hábitos populares del negocio de la información.

## **FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA**

El enfoque axiológico está basado indispensablemente con los valores del ser humano enfocados desde la naturaleza, la cultura y la jerarquía. La necesidad histórica siempre va a estar enfocada al para qué y el porqué de los valores humanos (Sánchez Azcona 2001). La dirección que toma este, considera al ser humano como alguien en constante edificación y

transformación; lo que siempre está generando cambios en la cultura que al no ser estática es proclive a mutaciones. Se busca demostrar si el periodismo cultural asume su responsabilidad social dentro del cantón Ambato.

El paradigma crítico propositivo trabaja con los diferentes cambios y transformaciones sociales en esta investigación se mostrará y analizará los niveles contenidos y porcentajes de la programación de medios locales tomando en cuenta el nivel de responsabilidad social y cultural que se manejan en los mismos. Si tomamos en cuenta este proyecto puede pronosticar algunas consecuencias, proponer recomendaciones y propuestas así como nuevas ventanas que den paso a futuras investigaciones concernientes al tema investigado.

## **FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA**

La ontología que tiene este paradigma está basada en un proceso histórico que tienen los pueblos y su interacción con el contexto o habitus (Bourdieu 1979). Según (Gruber 1993 p. 199) la ontología es una “especificación explícita formal de una conceptualización compartida”. El ser humano es un complicado conjunto de procesos comunicativos evidenciados a través de la interacción producida por los contenidos de los medios; de ahí que un análisis evidencie falencias respecto al tratamiento de la historia y la cultura tiene fundamentada su responsabilidad.

El ser humano es enorme conjunto de ideas y experiencias que se conciben mediante procesos comunicativos. La globalización y el avance de la tecnología modifican el comportamiento social y el de los medios de comunicación en contenidos expuestos a la población; también este intercambio unidireccional no permiten el diálogo, la discusión y la reflexión debida. El aspecto intersubjetivo debe ser el mecanismo fundamental para crear conocimiento dentro de este proyecto investigativo.

## **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

En la Constitución del Ecuador 2008 TÍTULO II, correspondiente a los DERECHOS, Capítulo segundo, de los Derechos del buen vivir<sup>[1]</sup> Sección tercera<sup>[1]</sup> Comunicación e información<sup>[1]</sup> Art. 16. Se busca promover la producción nacional y de manera específica

una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

TÍTULO VII<sup>[L]</sup><sub>[SÉP]</sub> RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR en la Sección séptima<sup>[L]</sup><sub>[SÉP]</sub> referente a la Comunicación Social, Ley orgánica de comunicación, CORDICOM, Ley Orgánica de Comunicación, sobre todo sus postulados sobre interculturalidad reafirmados en el Reglamento para la aplicación de la ley; artículo 36, sobre difusión de contenidos interculturales expedido en 2015 por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.

La Ley Orgánica de Comunicación (2013, art 71), se refiere a las responsabilidades comunes al momento de su gestión. La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas. Este articulado respalda una vez más el estudio, partiendo de la idea de responsabilidad y calidad en la información, considerando estamentos internacionales como los Derechos Humanos.

## **MARCO TEÓRICO**

### **ACERCAMIENTO CONCEPTUAL A CULTURA**

No podemos hablar de periodismo cultural sino conocemos lo que es cultura; desde el punto de vista antropológico la cultura como disciplina social constituye el sentir de una comunidad, estableciéndose así como categoría ontológica. (González 1996) la define como el modo de ser de un grupo social; su manera de pensar, sentir, creer y saber almacenado a través de la historia. Su construcción se debe principalmente a interacciones en unidades sociales que se constituyen a la vez en conocimiento. Además es el principio que organiza la experiencia la que estructura nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las relaciones sociales. De estas definiciones se desenganchan dos componentes fundamentales de esta, el primero se refiere a los aspectos prácticos ligados a la cotidianidad y la

contingencia; mientras que el segundo representa los aspectos imaginarios ligados a soñar, reír, jugar etc. Estos poseen soportes sociales objetivos y destrezas individuales.

(García Canclini 1995 p. 59) habla de cultura para referirse a un especial “proceso de producción”. Entonces no podemos pensar que la cultura sea un conjunto de ideas, de imágenes, de representaciones de la producción social, sino que la cultura misma implica un proceso de producción. Estos conceptos nos llevan a pensar que si la cultura no es un sistema de ideas e imágenes, sino la producción de fenómenos que contribuyen -mediante la representación simbólica a transformar el sistema social; se aplicaría también a todas aquellas prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido de una sociedad. 611

Desde un concepto de cultura que implica la incorporación de lo popular y los bienes económicos y culturales de una organización social dada a través de rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social”. Además de englobar las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores creencias y tradiciones. Hemos asimilado cultura y sus procesos simbólicos siempre. Por lo tanto hacemos aquí una restricción respecto del otro uso que la antropología ha establecido de esta como estructura social.

### **Diferentes definiciones de Comunicación**

La comunicación se compone de un múltiple sistema de canales en los que el sujeto social es participe en cada momento e inclusive con su inexistencia; el periodismo está inmerso dentro de la comunicación como un elemento conductual. (Watzlawick 1991) dice que toda conducta es comunicación y si se puede asegurar algo es que no exista la no comunicación. Esta se rige a varios principios entre ellos el principio de totalidad, que se compone de la suma de elementos que poseen características propias pero que a su vez son diferentes de los otros elementos. También existe el principio de causalidad circular, según el cual la actuación de cada una de las partes del sistema termina integrándose dentro de una órbita de implicaciones mutuas, acciones y retroacciones. Finalmente el principio de regulación, que afirma que no puede existir comunicación que no acate a un cierto número mínimo de normas y convenciones.

La comunicación se viene construyendo desde el primer tercio del siglo XX hasta la actualidad con perspectivas diferentes. Existiendo teorías matemáticas como la de Shanon y Weaver; psicológicas como la planeada por Moles o las teorías críticas de la comunicación, iniciadas desde la Escuela de Frankfurt por intelectuales como Adorno, Horkheimer y Marcuse, entre otros. Por lo tanto el horizonte se pone en evidencia clara la complejidad del asunto, dando lugar a muchas contribuciones con las que se tratan de explicar lo que conocemos como Teoría de la Comunicación.

La sociedad capitalista actual ha logrado crear y ampararse de normas que les permiten emitir diferentes tipos de contenidos a través de los medios de comunicación; entonces, Ambato solo sería un reflejo de lo que sucede en el mundo a gran escala. (Habermas 1987) define a las acciones comunicativas verdaderas solo a aquellas manifestaciones simbólicas en donde el ser humano entra en una relación directa con el mundo objetivo que forma su contexto social. El proceso de interacción producido se construye mediante procesos bilaterales en los cuales cada persona transforma su conducta como reacción a un intercambio producido con otra u otras personas o ideologías.

## **APORTES TEÓRICOS AL PERIODISMO**

En la International Encyclopedia of Communication, (Barnhurst y Owens 2008 p. 2557) se define al periodismo como “un conjunto de prácticas que, dentro del ámbito mayor de la comunicación, ha adquirido una condición especial a lo largo de una extensa historia que estableció una diferencia entre el intercambio de noticias y sus orígenes en la comunicación interpersonal”. Así mientras que intercambiar novedades con otras personas de nuestro entorno social constituye una actividad humana habitual y cotidiana, tal actividad requirió de una función social que determine la veracidad de los hechos y que distinga “lo real de los rumores”. Por ende, “relatar acontecimientos, informar hechos novedosos y al mismo tiempo discernir la verdad fáctica, son los principales elementos que definen el periodismo como una práctica cultural” dentro de la tradición de servicio público.

(Kapuscinski 2002 p.4) menciona que en esta profesión se perdió algo tan central como el orgullo de lo personal. Ese orgullo implicaba también el compromiso del periodista por su

trabajo responsabilizándose enteramente de lo que escribió. En cambio, “en la televisión y en las grandes cadenas multimedia, de igual modo que en las fábricas, esta responsabilidad personal ya no existe”. ¿Es acaso solo el afán por lo mercantil lo que mueve al periodismo y los medios en Ambato? (Vilches 1993) se refiere al campo de la comunicación de masas y específicamente el de la prensa poseedora de muchas recetas y técnicas periodísticas que esconden la verdadera ideología basados en mecanismos de persuasión y seducción.

El mayor provecho posible para una sociedad solo se puede obtener a partir de una estructura de comunicación libre y de la pluralidad de hechos, posturas y valores. La búsqueda de la verdad se considera un proceso colectivo y acumulativo en el que los periodistas como comunicadores públicos desempeñan un papel capital. El verdadero periodismo propugna la función de comunicador por derecho propio, sin embargo persigue metas subjetivas alegando en la mayoría de los casos que sus actos se basan en la voluntad general que tienen por objeto el bien común. En la actualidad, la mayoría de los periodistas son contratados por grandes empresas, habitualmente compañías internacionales, para cosechar utilidades mediante la venta de sus productos.

## **PERIODISMO CULTURAL**

Se podría llegar a la afirmación de que todo periodismo es un fenómeno cultural tanto por sus orígenes, procedimientos y objetivos; sin embargo, cuando debemos definir al periodismo cultural nos encontramos en una zona de "indefinición", situada entre lo que se entiende por periodismo y literatura y la difusión de productos culturales denominados artísticos. (Iván Tubau 1982) concreta una definición al decir que es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación.

Es visible que los medios ambateños a veces no tengan una diferenciación clara en cuanto a los tipos de periodismo existentes. (Jorge Rivera 1995 p. 19), posee un axioma basado en una perspectiva que reúne casi todas las nociones vinculadas al periodismo cultural, “ Una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que se abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios, los terrenos de las bellas artes, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales, la llamada cultura popular y tantos otros



aspectos que se relacionan a la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental’

Si definimos al periodismo cultural como el poseedor de una función social que se encarga de recoger, codificar y transmitir, en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los medios técnicos disponibles para su reproducción y multiplicación, mensajes que contengan información para la comunidad, con la finalidad de informar, entretener y formar. Los medios de comunicación por otra parte tienen como objetivo llegar cada vez más a un gran número de personas en cualquiera de sus formas: a mayor número de receptores, mayor ganancia, constituyéndose el público o receptores en potencial mercado económico, al que se le ofrece "capital simbólico" (información, formación y entretenimiento).

## **CONCEPTO DE MEDIOS TÉCNICOS**

Constituyen un conjunto de personas, cosas, conocimientos, procedimientos y recursos o acciones las cuales son utilizadas por el arte y la ciencia facilitando lo que se conoce como un fin o propósito determinado. (Antón y Barbera 2008) hablan acerca del estudio de los medios técnicos como una parte de la administración pública, necesaria para el desarrollo de las técnicas de intervención, a la cual corresponde la organización y gestión de una serie de medios de comunicación estructurales y materiales puestos a disposición de las instituciones y la ciudadanía. Los medios locales manejan niveles más bien bajos en cuanto a tecnología; careciendo inclusive algunos de ellos del servicio de internet.

En la antigüedad su concepto estaba asociado directamente con el término griego “Téchne” que se traduce como ciencia, filosofía y arte. La comunicación constituye así un proceso técnico que consiste en la transmisión de información a través de la escritura, el habla, los medios comunicativos empresariales y sociales a un público específico. (Medina 1993) considera que las complejas interacciones entre ciencia, tecnología, sociedad y naturaleza forman una unidad de hecho inseparable y un tupido entramado que sólo pueden abordarse en el marco de estudios globales. Esta noción hace referencia a un procedimiento que tiene como objetivo la obtención de un cierto resultado o fin. Al ejecutar conocimientos técnicos, se sigue un conjunto de reglas y normas que se utiliza como medio para alcanzar un fin.

Los comunicadores técnicos suelen trabajar en colaboración para crear productos para diversos medios de comunicación, incluyendo el papel, el vídeo y el Internet. Los Productos incluyen ayuda en línea, manuales de usuario, manuales técnicos, informes detallados, especificaciones, procesos y manuales de procedimiento, las tarjetas de referencia, hojas de datos, artículos de revistas, patentes, capacitación, documentos de negocios e informes técnicos. Los medios técnicos pueden ser de cualquier tipo, incluyendo las ciencias experimentales y aplicadas, alta tecnología incluyendo computadoras y programas, electrónica para lo masivo es importante la señal y la nitidez.

## **RECURSO TÉCNICO**

Ambato es una ciudad tradicionalista respecto al consumo de los medios de comunicación locales respecto al producto que los mismos ofrecen por medio de su tecnología y elaboración técnica. Para (Beck, 1999) el gran desarrollo tecnológico que se ha producido recientemente propiciando lo que algunos autores denominan la nueva “revolución” social, con el desarrollo de "la sociedad de la información". Con ello, se desea hacer referencia a que la materia prima "la información" será el motor de esta nueva sociedad, y en torno a ella, surgirán profesiones y trabajos nuevos, o se readaptarán las profesiones existentes.

En la actualidad, según los nuevos modelos comunicacionales existentes se está reconsiderando el significado comunicativo - tecnológico, comprendiendo actualmente tres ámbitos: científico - técnico, periodístico, y el ámbito social y cultural. El ámbito científico - técnico es el que se considera actualmente, como los recursos tecnológicos. Pero sólo cuando se le añaden a éste los espacios que hacen referencia a la actividad económica y social, y al mundo cultural, llegamos a la definición en su sentido más amplio. La producción hecha por los medios técnicos es la fiel muestra de los recursos manejados.

## **CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE**

Es la forma física que adopta el contenido o información. Puede adoptar diversas formas como la oral, escrita, gestual etc. Cada una se define en función de la personalidad y los valores individuales y colectivos. (Shannon 1987 p. 29) explica que “hacer pasar a través del canal la máxima información con las mínimas interferencias y la máxima economía de

tiempo y energía” se logran resultados óptimos en los procesos comunicacionales. Luego que el mensaje es decodificado e interpretado por el receptor, el emisor espera la reacción del mismo y así evaluar si se logró el objetivo o se deben poner correctivos.

En el flujo comunicacional no solo se toma en cuenta el típico esquema de emisor, mensaje receptor, también intervienen otros factores que colaborarán a conseguir los objetivos planteados, como es el caso de los factores culturales donde deben coincidir las corrientes culturales, sociales, tendencias tanto del emisor como del receptor y tener algún punto en común para así disminuir el ruido en la comunicación. (Calabro y Taylor 1996) exponen que dependiendo de cuán complejo o sencillo esté estructurado el lenguaje tanto verbal como escrito, puede variar significativamente el nivel de pensamiento y entendimiento en el individuo.

La importancia que tiene para los estudiosos de la comunicación la estructura del mensaje debido a su posible influencia en la comprensión de la información por parte de un receptor. Aspecto que puede ser determinante en esfuerzos masivos de comunicación pública. Para una representación del proceso de identificación, debemos referirnos no sólo a la acción material o lingüística, en las cuales se define un individuo respecto a la sociedad, sino también al mensaje mismo. Este no sólo es medio de comunicación en el cual se efectúa la formación de la identidad, sino a la vez medio que forma la identidad.

## **FLUJO COMUNICACIONAL**

Los medios locales pueden recoger toda la información con procesos que la filtren bajo el criterio de utilidad. (Ongallo, 2007) cree que el Flujo en la comunicación es el aspecto fundamental del mensaje emitido. Para ello se implantan mecanismos para recolectar información adecuada y según una jerarquía preestablecida de públicos y temas de periodismo cultural respecto a los mismos. Es decir, las empresas comunicacionales tienen los oídos abiertos con un filtro que no masifique la información que resulte compleja.

Desde una posición estática, los medios ambateños no pueden seleccionar e interpretar la información que reciben todos los días respecto a la temática tratada. Pero en una posición dinámica sería capaz de desarrollar capacidades encontrando la información cultural y que

le podría servir dentro de sus emisiones diarias. Asociaciones, medios especializados, informes públicos culturales, sindicatos, buzones de sugerencias, y otros, son fuentes de información que la empresa debe tener perfectamente localizadas en caso de necesidad coyuntural o estructural.

## **FUNCIÓN SOCIAL Y SU CONSTITUCIÓN**

La función social se define como un organismo vivo donde cada individuo es una diminuta parte de un gigantesco rompecabezas donde todos cumplen un determinado rol dentro de la totalidad del sistema. (Santiuste 1990) la considera como una estructura fundamental de formación. Está dirigida de individuo a individuo, de grupo a grupo, condicionada por las expectativas de conducta, ajustada a normas y persiguiendo fines. Y esos fines que se persiguen es lo que denominamos funciones encaminadas dentro de los organismos social y orgánico comunicativo.

Los roles, asumidos o asignados según estatus, edad o sexo, y enmarcados dentro de un grupo en un contexto cultural específico, vienen a determinar el tipo de función que le puede ser exigida o que se puede esperar de un individuo. Una mujer puede ser madre, esposa, hija, empleada, líder de su equipo de trabajo y sostén de hogar, todo al mismo tiempo, lo cual la obliga a actuar según la función que esté desempeñando en cada caso. Para (Moreno 1983) la función social consiste en convertir los conceptos o significados en un conjunto o serie de significantes agrupados de acuerdo a las reglas del código en cuestión.

Los medios de comunicación locales, nacionales y mundiales tienen una función social importante que cumplir con respecto a sus espectadores que conforman sus audiencias. Además se permite que las personas puedan tener contenidos enfocados a su contexto cultural; también motivando a que las personas puedan realizarse como tales y crecer y mejorar a través del desempeño de su vivencia. La madurez y la autorrealización, se logran también con el desarrollo del trabajo ético y organizado de modo que permita el perfeccionamiento realizando una labor conjunta que sea positiva para la sociedad en la que se vive asumiendo la función directamente desde la responsabilidad social.

## **CAPITAL SIMBÓLICO**

Sería absurdo no notar la gran cantidad de capital que maneja el periodismo y la comunicación. (Pierre Bourdieu 1977 p. 178) lo define en general como “una fuerza dentro de un campo o energía de la física social”. En este concepto se incluye a todos los bienes, materiales y simbólicos, sin distinción, que se presentan ellos mismos como raros y dignos de ser buscados en uno de los diferentes campos relativamente autónomos que configuran el espacio social de las sociedades modernas. El mismo autor (1986) distingue cuatro tipos principales de capital: capital económico en un sentido estricto, capital cultural, capital social y capital simbólico, algo en lo que pueden convertirse los demás tipos de capital.

Para (Wacquant, 2005) cualquier especie de capital puede convertirse en capital simbólico cuando es percibida según las categorías de percepción que son en parte fruto de la incorporación de las estructuras de un universo social o de un campo específico dentro de él. El capital simbólico es la forma que toman los distintos tipos de capital en tanto que percibidos y reconocidos como legítimos. Según (Bordieu 1987) es la forma que adquiere cualquier tipo de capital cuando es percibido a través de unas categorías de percepción. Este capital opera según la lógica de la distinción, la diferenciación, por lo que es vano perseguir su igual distribución.

Podemos apreciar que las diferentes formas del capital simbólico se definen sobre dos dimensiones; el interés y desinterés mercantil y racionalidad del intercambio puramente social. Las distintas especies de recursos sociales y simbólicos, ya sean objetivos o subjetivos, podrían situarse sobre estos ejes. El dinero y las relaciones familiares se sitúan en el polo institucional y en el don de las sociedades occidentales contemporáneas mucho más cercanas del polo mercantil. Existiría una tercera especie a la que la alquimia social envía cualquiera de las formas legítimamente adquiridas por este capital y los transforma a través de tres categorías fundamentales dentro de los medios de comunicación masiva Informar, Formar y Entretener.

## **BIENES SIMBÓLICOS**

Constituyen un conjunto de determinaciones institucionales que los escenarios sociales de

referencia proyectando sobre las interacciones culturales y la producción discursiva son conceptualizadas por (Bourdieu, 1977) como un mecanismo de mercado. Los mercados de la interacción no son mercados de intercambio entre valores iguales y soberanos, son situaciones sociales desiguales que llevan emparejados procesos de dominación y censura estructural de unos discursos vanales sobre otros; siendo esto una realidad en los medios ambateños actuales. Los diferentes productos comunicacionales reciben, pues, un valor social un precio. Las leyes de formación de precios en cada mercado comunicacional se construyen en contextos socio - históricos concretos y en función de las prácticas de los sujetos implicados en la negociación de los valores, cuyo poder, a su vez, está marcado por su posición estratégica en el espacio social de referencia.

La estructura social del mercado del periodismo cultural determina qué el intercambio comunicacional y los discursos no son otra cosa que las jugadas prácticas con las que los sujetos que intervienen en un mercado, tratando de aumentar sus beneficios simbólicos, adaptándose a las leyes de formación de los valores y a la vez poniendo en juego su capital lingüístico, social y culturalmente codificado.

## **UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE ESTADO**

El Estado ideal, según Platón, se compone de tres estamentos sociales. La estructura económica del Estado reposa en el estamento de los comerciantes. La seguridad, en los militares, y el liderazgo político son asumidos por los reyes-filósofos. La sabiduría caracteriza a los gobernantes, la templanza es la virtud de los artesanos, el valor es la virtud de los militares. La justicia, la cuarta virtud, caracteriza a la sociedad en su conjunto. El término “Estado” en términos político-jurídico se debe a (Maquiavelo 1513 p. 19) cuando introdujo esta palabra en su obra "El Príncipe" al decir que “Los Estados y soberanías” que han tenido y tiene autoridad sobre los hombres, fueron y son, o repúblicas o principados.

Su concepto posee tantas significancias como años tiene la civilización, conceptos no tan contemporáneos referidos a los habitantes de un territorio determinado y su requerimiento de instituciones gubernamentales, administrativas y represivas para proteger a tal asociación de las amenazas externas y del caos interno. Esta noción admite dos variantes. Por un lado, existe la asociación vista desde “abajo”, esto quiere decir, el Estado emergiendo de un pacto

entre los miembros de una comunidad humana determinada. Este enfoque adquirió su más pura formulación en las teorías del contrato social. Para (Max Weber 1974 p. 152) es una organización política “compulsiva con operación continua en la medida que su órgano administrativo ostente para sí el monopolio legítimo de la violencia física para proteger su orden”.

Según los principios que sirven de base a esta organización, se tiene al Estado Liberal, que persigue asegurar al máximo la libertad individual; y el Estado Totalitario, donde la libertad está seriamente restringida y se ejerce todo el poder sin divisiones ni restricciones. En tiempos modernos se lo puede definir como una sociedad humana asentada de manera permanente en el territorio que le corresponde, sujeta a un poder soberano que en muchos casos es la democracia que crea, define y aplica un orden jurídico que estructura la sociedad estatal para obtener el bien público temporal de sus componentes. Los medios de comunicación actualmente suelen ser fuerzas de choque que poseen los estados autoritarios.

## **LA SOCIEDAD EN EL ESTADO**

Comúnmente se la conoce como una agrupación de individuos con el objetivo de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o algunos de los fines de la vida. El concepto de sociedad civil usado por las teorías del contrato social para designar la sociedad que surge del Estado de naturaleza a través de un contrato social de dependencia; para (Hegel 1977 p. 157) la sociedad civil está contrapuesta al Estado y a la familia, y estas tres “esferas” se vuelven los tres momentos de vida ética. Sin embargo la sociedad no es una mera colección de individuos que viven juntos en un lugar determinado, es también una organización social con instituciones y leyes que rigen la vida de las personas y sus relaciones mutuas de convivencia social.

Para (Anthony Giddens 1999) se compone de un grupo de personas que vive en un territorio determinado, sometido a un sistema común de autoridad política y que es consciente de poseer una identidad que lo distingue de otros grupos, razas o etnias. La sociedad constituye un conjunto de diversas organizaciones autónomas del Estado; integradas por individuos que ejerciendo su papel de ciudadanos pertenecientes a una sociedad específica, actúan de manera colectiva, desarrollando acciones que generen un impacto o respuesta positiva en el

contexto público. Por lo tanto el periodismo y la cultura reflejan todas las aspiraciones de la sociedad las que se expresan en la cotidianidad todo el tiempo ante nuestros ojos.

La sociedad comúnmente es el control de las acciones individuales, el individuo aprende a seguir las reglas que son extrínsecas es decir no creadas por él a pesar de ser autónomo en sus decisiones, pero esas decisiones están dentro de los límites que la sociedad impone porque si las personas superan los límites impuestos serán sancionados socialmente. Además es poseedora de una existencia propia que va más allá de la experiencia personal, porque ya antes del nacimiento cada individuo posee formas reiteradas y consideradas correctas de comportamiento que se van transmitiendo de generación en generación.

## **LEYES Y NORMATIVAS**

Entre el 600 y el 200 a.C. los filósofos griegos establecían las primeras reflexiones respecto a un concepto parecido a ley por primera vez en el mundo occidental. Las teorías intuitivas de estos sabios serían los primeros pasos de pensamientos políticos a lo largo de la historia. Tales de Mileto plantea la separación completa de dioses y humanos en cuanto a normativas legales que eran aplicadas solo para los mortales más no se ponían en práctica para figuras míticas veneradas en ese tiempo, siendo estas más objetivas y enmarcadas dentro de una estructura más bien geométrica de orden jurídico-político que ayudaba a establecer un orden de carácter social.

La ley posee una propia noción de obligatoriedad necesaria para su completo cumplimiento; las leyes pueden ser naturales, que rigen en todos los espacios de la creación, o establecidas por la autoridad estatal para reglar las conductas humanas. Ambas son impuestas sin participación de la voluntad de quien debe acatarlas, pero las leyes humanas pueden modificarse, mientras que las de la naturaleza no dependen de decisiones humanas, y por lo tanto son irrevocables, invariables y eternas. Para (Tomás de Aquino 1259) constituye una prescripción de la razón, en vista del bien común y promulgada por el que tiene al cuidado la comunidad.

La ley más importante de un estado es la Constitución Nacional, a la que todas las demás deben ajustarse. Si no lo hacen pueden ser declaradas inconstitucionales. Las leyes



consideradas indispensables para el correcto funcionamiento social se establecen imperativamente, y los particulares deben acatarlas sin más. Pero hay otras leyes, interpretativas o supletorias que regulan situaciones jurídicas privadas, solo en caso de que las partes no hubieran acordado, por ejemplo en materia de contratos, donde rige el principio de que el contrato es “ley” entre las partes, entendiéndose por ley que las partes deben ajustar su conducta necesariamente a lo pactado. En el caso de la comunicación y periodismo en el país todo se rige por la ley de comunicación aprobada en el 2008.

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Cuando hablamos de responsabilidad social, nos referimos a un nuevo concepto que involucra un cambio en el modelo de gestión en toda organización o estado. En este sentido, hoy podemos hablar de una gestión integral de responsabilidad social cuando la organización decide emprender políticas voluntarias y éticas con el afán de tener buenas relaciones con su entorno. Además comprende el desarrollo de una serie de estrategias, acciones o campañas dirigidas a cada uno de los grupos de interés. La importancia de la (RS) en los medios de comunicación es un tema que se encuentra en permanente debate dentro y fuera de los mismos medios con el impacto que pueden ocasionar sus contenidos en el público o la ciudadanía.

Para (Schwalb y Malca 2005 p.103) la responsabilidad social es una “filosofía, una actitud o forma de ver la vida que implica tomar en cuenta el efecto de las acciones y decisiones individuales y colectivas” sobre el entorno físico y social. En otras palabras, ser socialmente responsable significa ser consciente del daño que nuestros actos pueden ocasionar a cualquier individuo o grupo social. Además la (RS) se concreta en la decisión de la organización de establecer buenas relaciones con todas las instituciones, grupos de personas o personas con las que se relaciona, es decir, con todos sus grupos de interés.

En conclusión es un compromiso voluntario y ético-moral que asume una organización, la cual implica un comportamiento con determinadas conductas y acciones políticas que cada organización va desarrollando de acuerdo con su propio contexto y realidad. (Goodwin 1994) señala que aunque carezca de base filosófica los medios de comunicación no escapan de este nuevo y moderno enfoque de gestión de acuerdo a su rol social “cuarto poder”;

también pueden desarrollar una gestión socialmente responsable aplicando para ello una metodología que les permitan ser socialmente responsables con los contenidos de la programación y edición emitidas diariamente.

### **¿ACASO EXISTE UN COMPROMISO ÉTICO-MORAL?**

El término ética nace de la etimología griega “Ethos” cuyo significado hace referencia a la costumbre o lugar donde vive el ser humano. La primera reflexión existente se le atribuye a (Sócrates 470-399 a.C.) que la consideraba como la aspiración del ser humano por alcanzar la virtud plena a través del conocimiento y la práctica íntegra y ejemplar, de ahí su ya memorable sentencia exhortativa “Conócete a ti mismo”, inscripción que aparecía en el oráculo de Delfos. En síntesis, la ética general es aquella que se refiere a los principios universales del actuar humano como los valores, la libertad y la responsabilidad.

Sería válido hablar de un compromiso ético profesional o de una moral óptima, o de valores éticos y morales, pero en la actualidad esos sentidos están diferenciados. En la actualidad se deduce a la moral como lo vivido y practicado por una colectividad determinada, esto se constituye el hecho concreto. En tanto que la ética se concibe como una reflexión teórica sobre la moral vivida y practicada. Para Marlasca (2001 p. 27) este compromiso constituye un saber, “racional, metódico, coherente y sistemático”. Por esta razón, la ética profesional no se reduce a la moralidad pues su compromiso va más allá del mero cumplimiento de la norma que implica.

Así definida, la moral sería el objeto primordial de estudio por parte de la ética. Entonces diríamos que ha de hablarse según la diferenciación de valores morales y no de valores éticos, para ser precisos. De igual manera, sería más conveniente hablar de códigos de moral profesional que de códigos de ética profesional. Esto implica colaborar con el mejoramiento de contenidos dirigidos a las audiencias, tanto en el afinamiento de sus habilidades y capacidades propias, como en la forja de una identidad basada en la perspectiva humanística y cultural. Siendo así la ética viene de la mano con la responsabilidad social y su aplicación es fundamental en los medios locales de comunicación.

## **VALORES MORALES Y ÉTICOS**

Las sociedad tradicional ambateña ha funcionado la mayoría de las veces como una unidad cohesionada por un sistema monolítico de ideas, creencias y valores homogéneos, profundamente arraigado en una historia arraigada en conceptos conservadores y místicos, los cuales permiten de una manera unívoca de concebir “lo natural”, el bien y los ideales de vida del hombre y de la comunidad, es decir, un hito cultural que aparentemente configura y define una fuerte identidad colectiva. Para (Habermas, 1987) la moral y los valores constituyen la esencia del desarrollo social y su arraigo a su cultural e identidad.

En este contexto los medios locales, no hacen otra cosa que inculcar directamente a las audiencias el modo de ser del poblado en el que ingresan, como la forma de vida “ética”, los valores y costumbres que caracterizan o identifican a los miembros de esa comunidad y que ellos comprenden como naturales, de tal manera que no permiten ninguna libertad para elegir otra forma de vida diferente. Este modelo de educación moral supone que la posible experiencia de conflictos de valores ha de tener siempre una resolución ya dada en él ordenamiento jerárquico de los valores mismos.

## **CÓMO PRECISAMOS EL TÉRMINO CONDUCTA**

El término conducta o comportamiento ha sido incorporado a la psicología y la comunicación desde otros campos del conocimiento; fue ya anteriormente empleado en la química y lo sigue siendo aún para referir o dar cuenta de la actividad de una sustancia, un cuerpo, un átomo, etcétera. Posteriormente es introducida en biología para referirse también a las manifestaciones de la sustancia viva: célula, núcleo, etc. (Bleger 1983) incluye dentro la conducta a todos los fenómenos visibles, objetivamente comprobables o factibles de ser sometidos a registro y verificación y que son siempre respuestas o reacciones del organismo a los estímulos sobre él actúan.

Etimológicamente la palabra conducta es latina y significa conducida o guiada; es decir, que todas las manifestaciones comprendidas en el término de conducta son acciones conducidas o guiadas por algo que está fuera de las mismas. (Góleman 1996 p. 16) plantea que “el argumento que sustenta la importancia de la inteligencia emocional, gira en torno a la

relación que existe entre sentimientos, carácter e instintos morales". De esta manera, el estudio de la conducta, considerada así, asienta sobre un dualismo o una dicotomía cuerpo-mente, sobre la tradición del más puro idealismo, en el que la mente tiene existencia de suyo y es el punto de origen de todas las manifestaciones corporales; según esta perspectiva, el cuerpo es solamente un instrumento o un vehículo del que se vale la mente (alma) para manifestarse.

En conclusión se refiere al conjunto de fenómenos que son observables o que son factibles de ser detectados. Si tomamos en cuenta que las manifestaciones del individuo tienden siempre a la connotación de dejar de lado lo principal del ser humano constituyéndose esto los fenómenos propiamente psíquicos o mentales. La conducta de un ser humano o de un grupo está siempre en función de las relaciones y condiciones interactuantes en cada momento dado. La responsabilidad social que asume el periodismo cultural ambateño debe ir acorde de acuerdo a las condiciones que ofrece la ciudad.

## **FENÓMENOS OBSERVADOS**

Harre (1967) denomina a estos fenómenos lineales, porque (lo explicado) y (lo que se explica) se mantienen en lo singular. Otro nivel es el estudio de un acontecimiento o hecho, al cual se le da una explicación de tipo general, esto es, mediante el uso de generalizaciones o leyes. A estas generalizaciones se llega por el conocimiento de las causas que han producido el hecho en estudio, por los elementos que lo forman y la estructura de sus relaciones o por las funciones de sus elementos.

A este tipo de explicaciones pertenecen, desde un punto de vista lógico, las llamadas explicaciones deductivas y finalmente existe otro nivel, el cual comprende el estudio de las acciones, en la explicación de dichas acciones predominan las explicaciones teleológicas, esto es, aquellas que explican un hecho por las actividades que realiza en un todo para mantener su funcionamiento o por el fin u objetivo que se pretende con una acción determinada. En el caso de los contenidos mediáticos de los medios ambateños es un hecho que el flujo comunicacional produce mediaciones sociales.

## **ACCIÓN POLÍTICA**

La acción y la libertad política aparecen como dos aspectos de la vida humana, que son

indisociables. La libertad es el rasgo esencial de la acción política, pues gracias a ella los seres humanos pueden renovar el mundo mediante sus nuevos proyectos. Al respecto afirma (Arendt 1996, p. 158) que ni la acción, ni la política pueden concebirse con independencia de la libertad, sino que antes bien ésta última constituye el sentido de la política: “La razón dentro de la política es la libertad, y el campo en el que se aplica es la acción”. Por lo tanto se puede decir que tanto el poder político como la autoridad entienden a la perfección su capacidad de coacción o dominación mediante la fuerza legítima.

Esta equiparación entre libertad y política sólo es posible si de antemano está construido el “entre” o espacio de organización de los ciudadanos que pertenecen a una comunidad. El espacio público funge como un horizonte abierto, como el mundo de la vida política, el único en el que los agentes pueden conquistar la “realidad” (Vargas 2009 p. 222). La verdadera acción política en primer lugar permite la presentación de los ciudadanos sin distinción de clase o raza, en segundo lugar preserva la memoria de aquellos acontecimientos que han marcado la vida de la comunidad y en tercero es el ámbito que garantiza su proyección hacia el futuro.

Un periodismo cultural responsable está alejado de cualquier ámbito e ideología política porque simplemente esta no tiene cabida. Es de tener presente que la libertad y la acción política tan sólo se puede realizar virtuosamente. La descripción de este rasgo constitutivo lleva a ubicarla en relación con las artes interpretativas. La virtud política requiere de la organización y del autocontrol que están basados en la disciplina y la habilidad para conocer condiciones y circunstancias propias; estar preparado para las épocas en las que la fortuna no sea favorable. Mientras que el poder tiene una eficacia que reside menos en la fuerza física o la coacción, que en el apoyo que los ciudadanos le otorgan a la autoridad.

## **LIBERTAD**

La libertad constituye uno de los presupuestos del ser humano y con base en ella, pero al lado de la dignidad humana, se ha construido la esencia de los derechos de la persona. (Dahl, 1988) menciona que las libertades públicas, ámbito de actuación del individuo oponible al actuar de las autoridades, han sido una conquista histórica que ha ayudado a la reivindicación del ser humano, razón por la cual resulta de especial importancia adentrarnos en los orígenes de su concepción así como en la evolución que ha experimentado mediante el pensamiento

social y político, para de esta manera poderla aplicar al pensamiento constitucional y en especial a los derechos de libertad.

De ahí la importancia de que los medios locales reconozcan la individualidad del ser humano en la sociedad pero sin desconocer los límites en el actuar del gobierno y, para tal acción, debe partir de una base lógica que le permita establecer políticas acordes a la tendencia protectora de la dignidad humana desde una perspectiva cultural que tenga en cuenta la transición del pensamiento clásico al moderno en materia de libertad y responsabilidad social.

## **CONTEXTO**

Las sociedades evolucionan y se transforman a través de una compleja interacción de factores culturales, económicos, políticos y tecnológicos siendo estos últimos los que constituyen una dimensión fundamental del cambio social, de la estructura material de una sociedad. (Rosenberg 2001 p. 19) señala en esta línea que “a largo de la historia, los grandes avances tecnológicos han tenido el poder de alterar completamente la sociedad”. Como apunta (Castells 2002), las tecnologías evolucionan gradualmente hasta que tiene lugar un cambio cualitativo de primera magnitud, es decir, una revolución tecnológica que desemboca en un nuevo paradigma tecnológico.

Este es el caso de la sociedad actual: nos encontramos en un nuevo paradigma motivado por el apogeo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), es decir, la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías del sonido y la imagen. Todas estas denominaciones enfatizan el gran cambio experimentado entre la sociedad industrial y la actual, cuya principal diferencia reside en la actividad fundamental que realizan las personas, cada vez menos centrada en la industria y más vinculada a la gestión de la información (Majó y Marquès, 2002).

Para poder entender cómo es hoy nuestra sociedad es importante reparar en los diferentes hechos de índole político y social que marcaron su configuración. La sociedad actual occidental surge de la coincidencia de tres fenómenos independientes pero unidos por la extensa red social y son: Los factores de carácter económico, tecnológico y cultural. No es

simplemente la tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades; constituyéndose en el corazón de un nuevo paradigma socio-técnico basado en la realidad existente de nuestras vidas y las formas de relación, trabajo y comunicación. El contexto en el que se maneja la presente investigación basada en el periodismo cultural y responsabilidad social se desarrolla en la sociedad ambateña.

## **FACTORES CULTURALES**

Este tipo de argumentos sobrevalora el grado de aproximación de las culturas, e infravalora un hecho: el apego de mucha gente por mantener, por celebrar sus pautas culturales diferenciales. Algo que se refleja, por ejemplo, en la fuerza de los movimientos nacionalistas en todo el mundo. Hay que evitar ser rígidos en lo que se refiere a los estereotipos de culturas nacionales. En un mismo país no todo el mundo va a tener la misma cultura y se va a comportar exactamente de igual forma. Puede haber variaciones en el seno de una cultura nacional: variaciones regionales, entre zonas de un país, y también puede haber variaciones individuales, en la medida en que las personas han podido tener experiencias y procesos de aprendizaje diferentes (Earley, 2003).

Un rasgo crucial de la cultura es que la gente la aprende, la incorpora en su proceso de formación. Numerosos aspectos de la vida se transmiten genéticamente. Pero otra parte no se puede explicar genéticamente. La cultura, como un conjunto de comportamientos y valoraciones aprendidos y compartidos en el seno de una sociedad, tiene una forma y contenidos predecibles. La cultura configura el comportamiento y la conciencia dentro de la sociedad de generación en generación.

## **CONTEXTO**

Las sociedades evolucionan y se transforman a través de una compleja interacción de factores culturales, económicos, políticos y tecnológicos siendo estos últimos los que constituyen una dimensión fundamental del cambio social, de la estructura material de una sociedad. (Rosenberg 2001 p. 19) señala en esta línea que “a largo de la historia, los grandes avances tecnológicos han tenido el poder de alterar completamente la sociedad”. Como apunta (Castells 2002), las tecnologías evolucionan gradualmente hasta que tiene lugar un

cambio cualitativo de primera magnitud, es decir, una revolución tecnológica que desemboca en un nuevo paradigma tecnológico.

Este es el caso de la sociedad actual: nos encontramos en un nuevo paradigma motivado por el apogeo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), es decir, la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías del sonido y la imagen. Todas estas denominaciones enfatizan el gran cambio experimentado entre la sociedad industrial y la actual, cuya principal diferencia reside en la actividad fundamental que realizan las personas, cada vez menos centrada en la industria y más vinculada a la gestión de la información (Majó y Marquès, 2002).

Para poder entender cómo es hoy nuestra sociedad es importante reparar en los diferentes hechos de índole político y social que marcaron su configuración. La sociedad actual occidental surge de la coincidencia de tres fenómenos independientes pero unidos por la extensa red social y son: Los factores de carácter económico, tecnológico y cultural. No es simplemente la tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades; constituyéndose en el corazón de un nuevo paradigma socio-técnico basado en la realidad existente de nuestras vidas y las formas de relación, trabajo y comunicación.

## **HIPÓTESIS**

¿Está asumiendo el periodismo cultural su responsabilidad social en el cantón Ambato?

### **DETERMINACIÓN DE VARIABLES:**

#### **VARIABLE INDEPENDIENTE:**

Periodismo Cultural

#### **VARIABLE DEPENDIENTE:**

Responsabilidad Social



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

Todo método científico es un proceso sistemático, reflexivo, crítico y controlado del cual se adquieren conocimientos para responder a problemáticas del entorno. (Pereda 1987 p. 30) dice que se trata de un proceso involucrado en la actividad investigadora que orienta a “describir, explicar, predecir y controlar” los diferentes fenómenos existentes. De acuerdo al paradigma crítico propositivo mencionado anteriormente en la fundamentación filosófica el tema tomado en consideración en la presente investigación, tendrá un doble enfoque pues se trabaja a la par lo cuantitativo-cualitativo y lo socio-analítico.

El enfoque cuantitativo se basa en el análisis de contenidos, permitiendo utilizar procedimientos estandarizados y aceptados científicamente, además ser creíble y aceptado por otros investigadores, también será factible medir las variables estudiadas. Las investigaciones basadas en este paradigma se orientan a la comprobación de hipótesis, considerando la vía hipotético-deductiva como la más efectiva para todas las investigaciones (Sampieri 2003). El enfoque cualitativo permite la recolección de datos mediante información documental y la relación con la realidad, también nos permite conocer las causas y efectos del problema objeto de estudio. (Parlett & Hamilton 1976) figuran entre quienes apoyan a los métodos cualitativos para que la investigación naturalista puede asimilarse a cualquier trabajo etnográfico y posee el mismo modo de evaluación congruente y sensible que cualquier experimento.

El enfoque socio-analítico mira al periodismo cultural como un subcampo periodístico especializado porque aborda determinadas estructuras y condiciona ciertas formas de funcionamiento interno. Para (Rosental y Ludin 1979 p. 11) “el análisis desempeña un importante papel en el proceso de la cognición humana dándose en todos los estadios de la misma”. Metodológicamente se traza un formato de análisis de contenidos de los diarios, radios y televisión locales; la evaluación se dará dentro de nociones como coyuntura, relacionamiento,

manejo y jerarquización de la información y niveles de análisis. En el cantón Ambato donde se realiza la investigación; se propone un diseño que analice contenidos enfocados y no de carácter cultural para comprender cómo los medios de información locales producen determinadas representaciones sobre la cultura. El trabajo científico tiene como finalidad esencial el establecimiento de leyes generales que se rigen los fenómenos sociales. En el caso de las investigaciones periodísticas-culturales trata de explicar y predecir las conductas de los sujetos implicados en los fenómenos comunicativos.

## **MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

### **DE CAMPO**

Según (Santa Paella y Feliberto Martins 2010, p.88) la “investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables”. La información que presenta la investigación de campo es primaria, teniendo como consecuencia conocimientos más reales sobre el problema, porque permite el contacto directo del investigador con la realidad. Es decir se estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural sin manipular variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

En la investigación de campo las técnicas a utilizarse son la encuesta y el formato de análisis el cual posee cuatro niveles de acercamiento: datos de identificación, despliegue, características de la información y análisis de nociones (Cruz y Rosero 2012 p. 233). La encuesta que en su desarrollo no presenta mayor complejidad y por ende los resultados que arrojan son de fácil interpretación y análisis; siendo llenada así por la muestra arrojada. Mientras que el formato será aplicado a dos semanas de publicaciones y programación de radios, periódicos y televisión ambateños.

La unidad de análisis contendrá distintos niveles de información donde irán: (para los diarios) el titular, el cuerpo discursivo y los elementos iconográficos cada una estará delimitada gráficamente para evitar confusiones. (radio y televisión) nombre del programa, discurso, contenido y manejo de información cultural. En el análisis de los contenidos en especial periodísticos se va a encontrar información cualitativa que no puede ser procesada

en la matriz correspondiente pero es importante para la investigación; si tomamos en consideración aspectos como: tendencias informativas, titulares sesgados e intencionalidad en la información.

## **BIBLIOGRÁFICA DOCUMENTAL**

Es el paso número uno en la estructura de una investigación científica en la cual se analizará toda la información escrita que sea posible y que estese al alcance, a través de una minuciosa lectura científica y la realización de resúmenes de diferentes documentos como tesis de grado, libros, revistas y artículos científicos, entre otras, las mismas que permitan hacer un vínculo entre los antecedentes históricos y lo actual. Para (Santa Palella y Feliberto Martins 2010, p.90) la “investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes”. Indagando siempre sobre un tema en documentos escritos u orales.

## **TIPO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **DESCRIPTIVA**

(Fidias Arias 2012 p.24) cree que “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. Esta investigación tiene como función principal describir y medir con la mayor exactitud las particularidades del fenómeno que está perturbando el progreso de la organización, para lo cual también utiliza técnicas de investigación, tales como: la observación directa, la encuesta, la entrevista; que permiten la recolección de información primaria. Esto permite construir las preguntas directrices y a partir de estas formular los objetivos específicos. Los resultados de este tipo de exploración se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Manejando este tipo de investigación se puede llegar a conocer situaciones, costumbres, contextos y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta general no se limita solo a la recolección de datos también a la predicción e identificación de las relaciones existentes entre dos o más variables.

Además su definición esta encuadrada como “una actividad dirigida a la solución de problemas” (Cervo y Bervian, 1989 p. 41).

## **EXPLICATIVA**

Las investigaciones explicativas procuran llevar un sentido de comprensión o entendimiento del fenómeno en cuestión. Registra causales como los eventos físicos o sociales. Por lo tanto están orientados a la comprobación de la hipótesis causal; esto constituye identificación y análisis de la causal (variable independiente) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variable dependiente). Las características de este tipo de estudio “parten de un cuantioso cuerpo teórico, identifican las relaciones de causalidad y proponen nuevas hipótesis para futuros estudios” (Sabino 1992 p. 39).

Este tipo de investigaciones exige mayor concentración y capacidad de análisis, síntesis y crítica por parte del investigador, ya que las variables que se manifiestan ante los sentidos deben ser meticulosamente estudiadas. También identifica a estos estudios como aquellos cuyo propósito primordial es encontrar una red de relaciones entre las variables. Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos del establecimiento de relaciones entre conceptos. Estos están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

Para la presente investigación tenemos una delimitación: La población de estudio para esta investigación (encuesta) la constituyen 272 habitantes del cantón Ambato capital de la provincia del Tungurahua en la república de Ecuador. La muestra consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto o subconjunto de la población, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio.

También se pone en consideración de acuerdo al análisis mediante el formato establecido en la investigación el tratamiento del número total de diarios y canales de televisión de la localidad. En el caso de las radios se diside tomar una muestra tomando en consideración el número de radios existentes “26” (CORDICOM 2015) sus distintas programaciones y el

tiempo planteado en el proyecto; para lo cual se opera con la fórmula establecida para la población.

## **POBLACIÓN:**

El cantón Ambato cuenta con 19 parroquias. Representa el 30.1% del territorio de la provincia de Tungurahua (aproximadamente 1.0 mil km<sup>2</sup> de territorio). Tiene una población de 329.9 mil hab. (65.4% respecto a la provincia de Tungurahua). Urbana corresponde al 50.1% y rural el 49.9%. Teniendo las mujeres un porcentaje de 51.5 % y los hombres un porcentaje de 48.5%. Mientras que la PEA está en 60%. (INEC 2010).

La ciudad tiene un importante número de empresas de comunicación, entre las que destacan 24 radioemisoras privadas y 2 públicas 3 diarios de los cuales solo dos están inscritos en la lista del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación además de dos estaciones de televisión y finalmente dos portales informativos en internet. (CORDICOM 2015)

**Cuadro N°- 1 Población**

<b>Unidades de Observación</b>	<b>Número</b>
Hombres y Mujeres de 15 a 60 años	272
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>

**Cuadro N°- 2 Medios de comunicación locales**

<b>Unidades de Observación</b>	<b>Número</b>
Canales de TV locales	2
Diarios	3
Radios	8
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>

Fuente: Investigador  
Elaboración: Daniel Suarez

## MUESTRA

Para el estudio se toma en cuenta un rango de población de hombres y mujeres que va desde los 15 hasta los 60 años siendo estas 228.859 personas. En cuanto a las radios se toma en cuenta una población de 26 emisoras. Los diarios constituyen 3 y los canales locales 2.

### Simbología

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad de éxito (si se desconoce p=0.5)

q= Probabilidad no ocurrencia (q=1-p)

z= Nivel de confianza (95%)

E= Error admisible

### Datos:

N=228.859

$\alpha = 0,5$

Z = 1,65

E = 0,05

P= 0,5

q= 0,5

### Calculo

$$n = \frac{z^2 pqN}{NE^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{155.768}{572,681}$$

$$n = 271,9$$

272  
ENCUESTAS

### Simbología

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad de éxito (si se desconoce p=0.75)

q= Probabilidad no ocurrencia (q=1-p)

z= Nivel de confianza (95%)

E= Error admisible

### Datos:

N=26

$\alpha = 0,5$   
 $Z = 1,65$   
 $E = 0,05$   
 $P = 0,75$   
 $q = 0,25$

**Calculo**

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

**7 Radios**

$$n = \frac{13,3}{0,575}$$
$$n = 7,4$$

Para seleccionar la muestra de 272 personas y 8 radios se empleó el procedimiento de muestreo aleatorio por conglomerado

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Variable Independiente:** Periodismo Cultural

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
El periodismo cultural es poseedor de una función social que se encarga de recoger, codificar y transmitir, en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los <b>medios técnicos</b> disponibles para su reproducción y multiplicación, <b>mensajes</b> que contengan información con <b>función social</b> . Los medios de comunicación tienen como objetivo llegar a un gran número de personas en cualquiera de sus formas: constituyéndose el público o receptores en potencial mercado económico, al que se le ofrece " <b>capital simbólico</b> " (información, formación y entretenimiento).	Medios Técnicos	Procedimiento Recurso	¿Cómo califica a los medios locales en cuanto a señal y recursos? Buenos Regulares Malos	<b>Instrumento:</b> Encuesta a los habitantes del cantón Ambato provincia de Tungurahua Ecuador  <b>Instrumento:</b> Formato de análisis para periódicos radio y tv
	Mensaje	Cultural Mercantil	¿Qué tipo de mensaje cree Ud. que manejan los medios locales? Cultural Mercantil NSNC	
	Función Social	Ética Organización	¿Cree Ud. que el periodismo cultural ambateño es ético y cumple su función social? Si No NSNC	
	Capital Simbólico	Informar Formar Entretener	¿En qué cree Ud. que los medios locales se enfocan más? Informar Formar Entretener	

**Cuadro N°- 3** Variable Independiente

Fuente: Investigador

Elaboración: Daniel Suárez



**Variable Dependiente:** Responsabilidad Social

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es un <b>compromiso</b> voluntario y <b>ético-moral</b> que asume una organización, la cual implica un comportamiento con determinadas <b>conductas</b> y <b>acciones políticas</b> que cada organización va desarrollando de acuerdo con su propio <b>contexto</b> y realidad.	Conducta	Fenómenos observables condiciones interactuantes	¿La programación o contenidos de los medios afecta en la conducta de la cultura local? Si No NSNC	<b>Instrumento:</b> Encuesta a los habitantes del cantón Ambato provincia de Tungurahua Ecuador  <b>Instrumento:</b> Formato de análisis para periódicos radio y tv
	Contexto	Político Social	¿Manejan los medios locales contenidos políticos sociales de la ciudad? Si No NSNC	
	Compromiso ético-moral	Virtud Conocimiento	¿Cuál cree Ud. es el porcentaje de reportajes e información cultural pautado en los medios? Alto Bajo Nulo	
	Acción Política	Libertad Responsabilidad	¿Qué cree Ud. que deberían hacer más los medios locales? Informar Formar Entretener	

**Cuadro N°- 4** Variable Dependiente  
Fuente: Investigador  
Elaboración: Daniel Suárez

## **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

### **OBSERVACIÓN DIRECTA**

(Hernández Sampieri 1997) la considera un instrumento de recolección de información muy importante: siendo este un registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Esta ayudará al investigador a informarse del contexto en donde se desarrolla el problema y en qué condiciones está la institución en cuanto al análisis de contenidos en los diferentes medios observados en especial los audiovisuales.

### **ENCUESTA**

La información se recoge de forma estructurada formulando las mismas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los encuestados. Con este proceso se conocerá los distintos puntos de vista existentes en lo externo respecto al manejo del periodismo cultural y el manejo de su responsabilidad social en la ciudad de Ambato. Conceptualmente la encuesta puede considerarse como una técnica o una estrategia entendida como un conjunto de procesos necesarios para obtener información de una población mediante entrevistas a una muestra representativa.

### **FORMATO DE ANÁLISIS**

Según (Cruz y Rosero 2012) un formato para analizar medios debe tener 4 parámetros principales dividido cada uno en varios ítems para obtener información. Primero irán los datos de identificación poseedor de (fecha y nombre del medio). Segundo el despliegue que contiene (sección o bloque, jerarquía y dimensión). Tercero características de la información (origen, tema, género función y contraste de fuentes). Finalmente el cuarto consistiendo en el análisis (noción de coyuntura y noción de cultura).

## PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIONES
1.- ¿Para qué?	Para conocer las causas y efectos y determinar los objetivos propuestos de la presente investigación, de esta manera proponer la aplicación de una adecuada intercomunicación
2.- ¿De qué personas u objetos	Habitantes y medios del cantón Ambato en la provincia de Tungurahua Ecuador.
3.- ¿Sobre qué aspectos?	A cerca del periodismo cultural y de la responsabilidad social.
4.- ¿Quién?	El investigador
5.- ¿Cuándo?	2017
6.- ¿Dónde?	Ambato provincia de Tungurahua
7.- ¿Cuántas veces?	Una sola
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Observación, encuestas, formato de análisis
9.- ¿Con qué?	Investigación Bibliográfica o Documental, Investigación de Campo, Investigación Descriptiva, Investigación Correlaciona
10.- ¿En qué situación?	Situación favorable porque, existe la predisposición y la colaboración por parte de la universidad y ciudadanía

Cuadro N°- 5 Plan de recolección de información

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador

## PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

De acuerdo a la investigación se procederá de la siguiente manera:

### REVISIÓN Y CODIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se realizará la revisión del cuestionario que se aplicará en la encuesta para proceder a la codificación en cada una de las preguntas y sus respectivas alternativas de respuesta de modo que esto sirva de ayuda en el momento de realizar la tabulación de datos. Así mismo se procederá con el formato de análisis (FA) tanto como para periódicos, radio y televisión.

## **CATEGORIZACIÓN Y TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Mediante la categorización de las respuestas el momento de la tabulación se realizará utilizando el programa Excel, así se determinará la frecuencia de las mismas y se obtendrá los resultados de esta investigación de campo. También se categorizará la información procedente de los formatos de análisis.

## **ANÁLISIS DE DATOS**

Una vez que se haya realizado la encuesta, recolectado y tabulado la información se realizará un análisis de los resultados, se aplicará estadística descriptiva, el estadígrafo a utilizar será en porcentajes y la presentación de los datos de lo hará en forma gráfica. Al igual se realizará con el contenido obtenido y categorizado del (FA).

## **SELECCIÓN DE ESTADÍGRAFOS**

Se elegirá una estadística inferencial para resumir los datos utilizando como estadígrafos el porcentaje.

## **PRESENTACIÓN DE DATOS**

Con la tabulación de datos se está en capacidad de presentarlos para lo cual se realizará una manera gráfica de barras o pasteles según sea la conveniencia.

## **INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Este proceso servirá para estudiar y relacionar los resultados obtenidos con el marco teórico de manera que sea de ayuda para analizar las preguntas directrices propuestas y plantear conclusiones y recomendaciones para el problema investigado.

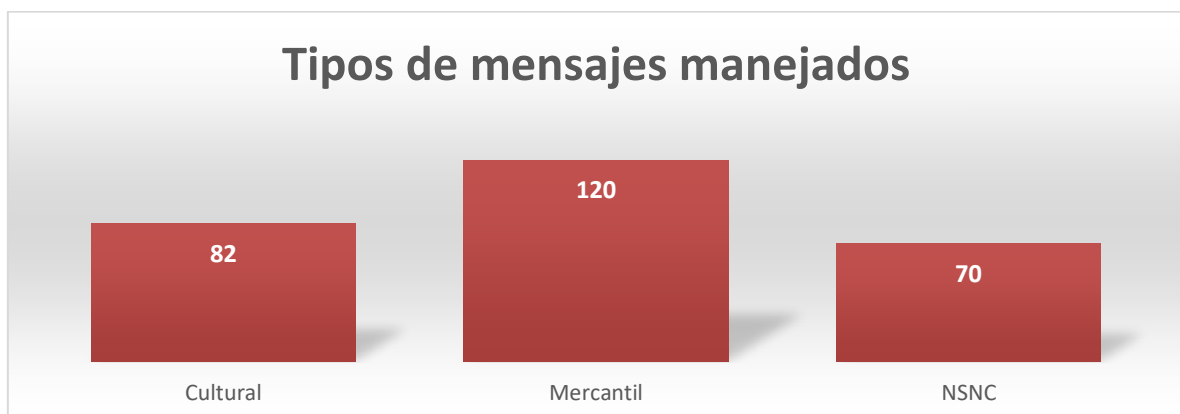
## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 1. SITUACIÓN DE LOS MEDIOS LOCALES CON RESPECTO AL PERIODISMO CULTURAL

Ambato cuenta con un significativo número de empresas de comunicación, componiéndose esta totalidad de 26 radios 3 diarios 2 estaciones de televisión y 2 portales informativos en internet (CORDICOM, 2015). La percepción de este tema por parte de los ciudadanos se muestra en los resultados obtenidos por la investigación mediante (encuesta) donde el 44% de la ciudadanía cree que el mensaje manejado por los medios se inclina más por la tendencia mercantilista mientras que el 30% se inclina por la tendencia cultural y el 26% no sabe que responder (ver Gráfico N. 1). (Vilches, 1993) cree que el establecimiento de semejanzas comunicativas en cuanto a contenidos es un proceso mediante el cual el sujeto organiza los estímulos en totalidades racionales; es de ahí de donde se puede explicar el origen de las discrepancias existentes en cuanto a opinión y cultura personal.

Gráfico N°- 1 Tipos de mensajes manejados



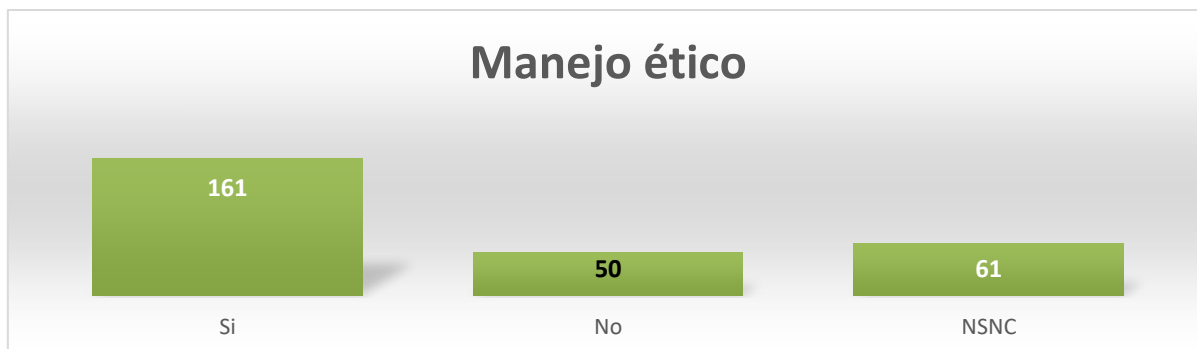
**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador

En el caso del manejo ético desde el periodismo cultural la ciudadanía es muy clara en su apreciación pues el 59% cree que el manejo si se encuentra enfocado dentro de la ética mientras el 18% no considera aquello y el 23% no sabe que responder (ver Gráfico N. 2).

Para (Kapuscinski, 2002) la revolución de los medios plantea el cómo entender la realidad en el mundo actual. Por lo tanto los medios locales han caído en un círculo vicioso en el cual se elaboran y relatan contenidos incompetentes y erróneos sin ni siquiera ser contrastado por otras fuentes o documentos originales explicando así el porcentaje negativo y de abstención de los encuestados.

**Gráfico N°- 2** Manejo Ético

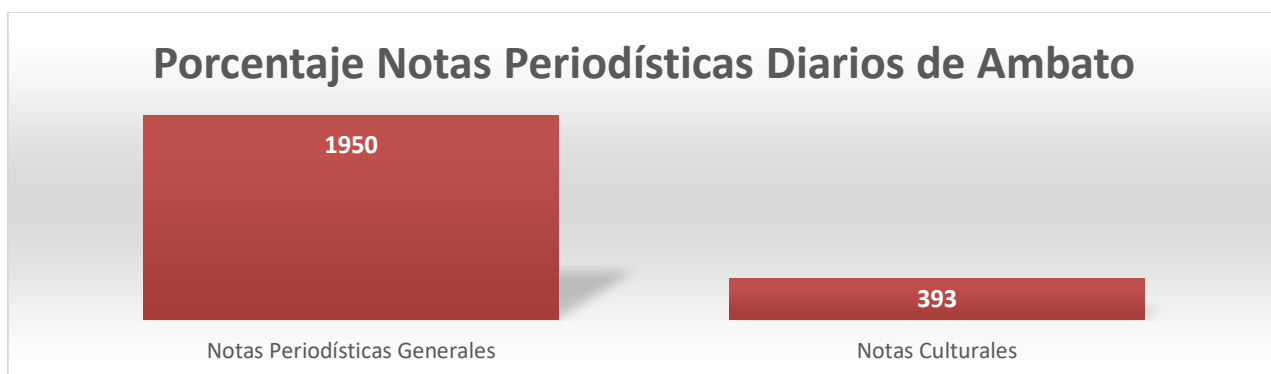


**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador

Tanto para los medios escritos radiales y televisivos la importancia de las notas culturales se manifiestan de una manera obligada al cumplimiento, pues en los porcentajes encontrados mediante (formato de análisis) nos muestra que en el caso de los medios impresos que el 83% de las notas periodísticas están enfocadas en tópicos informativos generales mientras que solo el 17% se destina al periodismo con temáticas culturales (Gráfico N. 3). (Gutiérrez Resa, 1997) menciona que los medios alimentan dinámicas sociales como una especie de expresión de solidaridad y conveniencia. Siendo así esto último respaldaría lo manifestado dentro de la investigación.

**Gráfico N°- 3** Porcentaje notas periodísticas diarios de Ambato

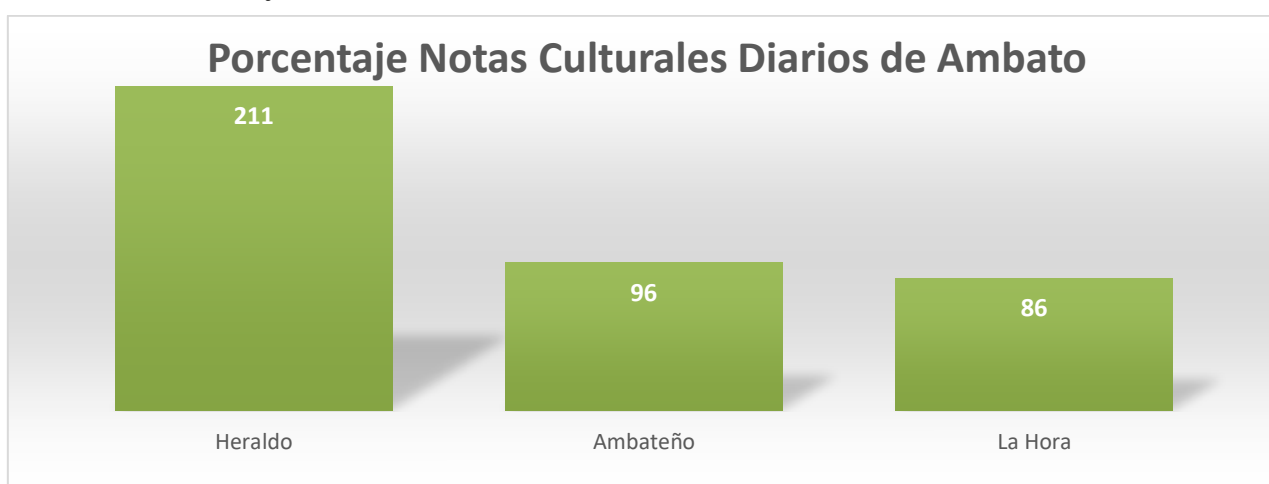


**Fuente:** Formato análisis

**Elaboración:** Investigador

Diario “El Heraldo” es el poseedor de la mayor cantidad de contenidos culturales 54%, destacando además por el desorden en el que se encuentran dentro de la estructura de este medio; mientras que el “Ambateño” y “La Hora” están todavía muy lejos de manejar contenidos culturales adecuados de la ciudad pues lo introducido como notas de cultura están enfocados más en aspectos nacionales que locales; teniendo al primero con un 24% mientras que el segundo ocupa el último lugar con un 22%. Cabe resaltar que de no ser por la Fiesta de las Frutas y las Flores dada en el momento de la investigación las notas culturales hubiesen sido mucho menores a las expuestas como es costumbre en otros meses (ver Gráfico N. 4).

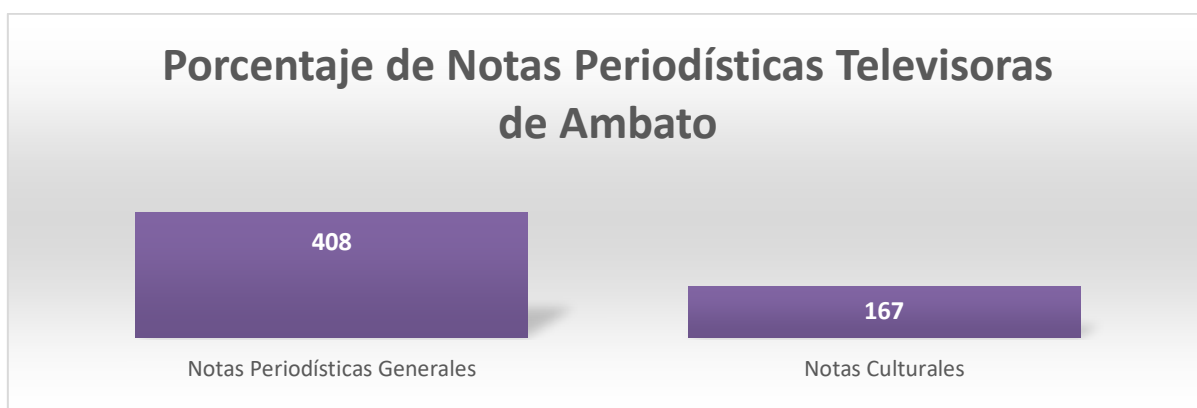
**Gráfico N°- 4** Porcentaje notas culturales diarios de Ambato



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

En el caso de las televisoras los resultados muestran que el 71% son notas periodísticas generales mientras que 29% constituyen los temas culturales (Gráfico N. 5). Unimax se manifiesta superior a Ambavisión en cuanto al número de contenido cultural teniendo este el 53% mientras que el otro posee el 47% del total general de notas culturales (Gráfico N. 6). (Lazarsfeld, 1941 p. 16) sostiene que tanto para mantener el estatus como para transformarlo en una revolución, o para ser exitosos los medios deberán contar siempre con “datos duros sobre la realidad” para mantener alertas a las audiencias. A pesar de los años transcurridos se sigue manteniendo esta tradición mediática retrógrada.

**Gráfico N°- 5** Porcentaje de notas Periodísticas televisoras de Ambato



**Fuente:** Formato análisis

**Elaboración:** Investigador

**Gráfico N°- 6** Porcentaje no Notas Culturales Televisoras de Ambato



**Fuente:** Formato análisis

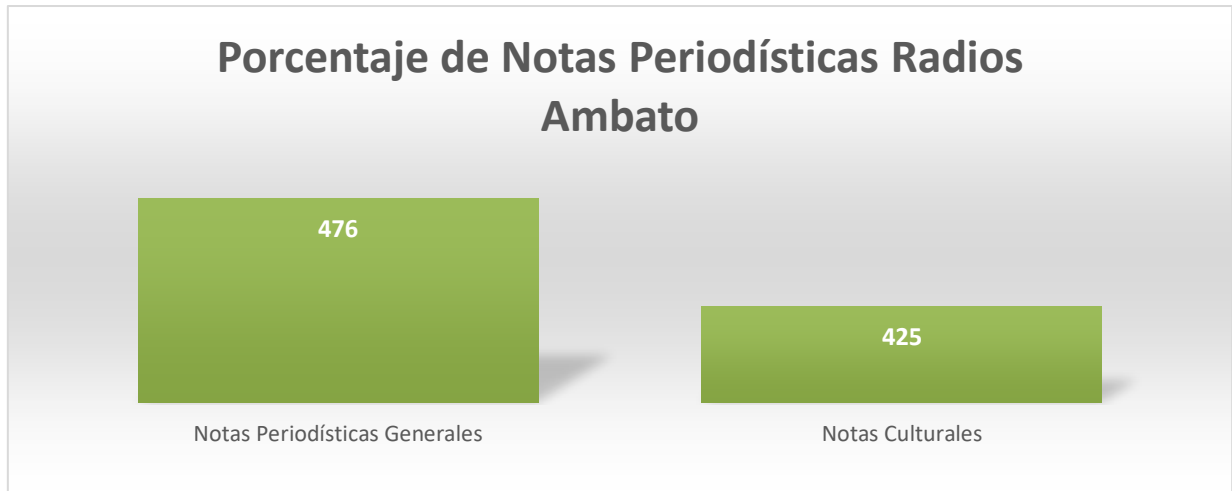
**Elaboración:** Investigador

Las radios constituyen un espacio importante dentro de las audiencias ambateñas, la presente investigación arroja como resultados que el 53% está dedicado a notas periodísticas generales teniendo al porcentaje de notas culturales con un 47% (Gráfico N.7). Por otro lado el medio radial que más maneja contenidos culturales (propios) es radio identidad con un 37% de la programación seguidos de Radio Ambato con 16% y Radio Centro 15% posteriormente tenemos a Radio Amor con 14% también Radio. Caracol con 10% dejando las últimas posiciones para Radio. Alegría con 7% y Radio. Bandida con 1% (ver Gráfico N. 8). (Ruiz, 2014) afirma que en el transcurso de las últimas décadas los contenidos de los medios se vienen convirtiendo en un problema que no solo afecta a quienes viven o dependen de esta tarea, sino que también cuestiona seriamente la capacidad de cumplimiento de la



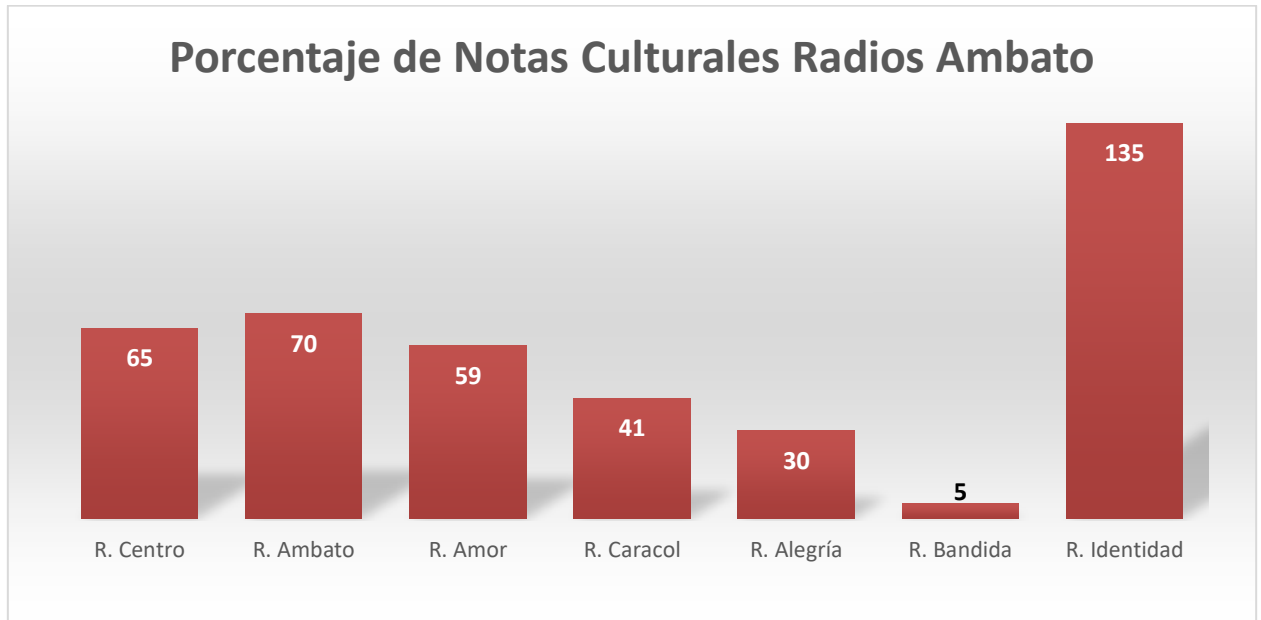
función social por parte de estos. En este caso particular hablaríamos solo de un medio el cual se ajusta en los estándares de la responsabilidad social.

**Gráfico N°- 7** Porcentaje de Notas Periodísticas de Radios Ambato



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

**Gráfico N°- 8** Porcentaje de Notas culturales Radios de Ambato



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

## 2. JERARQUÍA DE LAS NOTAS CULTURALES EN DIARIOS, RADIOS Y TELEVISIÓN (AMBATO)

### 2.1 JERARQUÍA EN DIARIOS

La importancia o jerarquía dada a las notas culturales dentro de la investigación se manifiesta en los diferentes ámbitos de medios y los porcentajes muestran que para la prensa escrita diario La Hora es la mayor importancia en este parámetro al contar con un 66% mientras que el Heraldo tiene 60% y el Ambateño 58% (Gráfico N. 9). Cabe destacar que el medio con mayor cantidad de jerarquía en notas es también el que contradictoriamente menos cantidad de estas tiene en porcentajes generales comparativos.

Gráfico N°- 9 (Diarios)



Fuente: Formato análisis

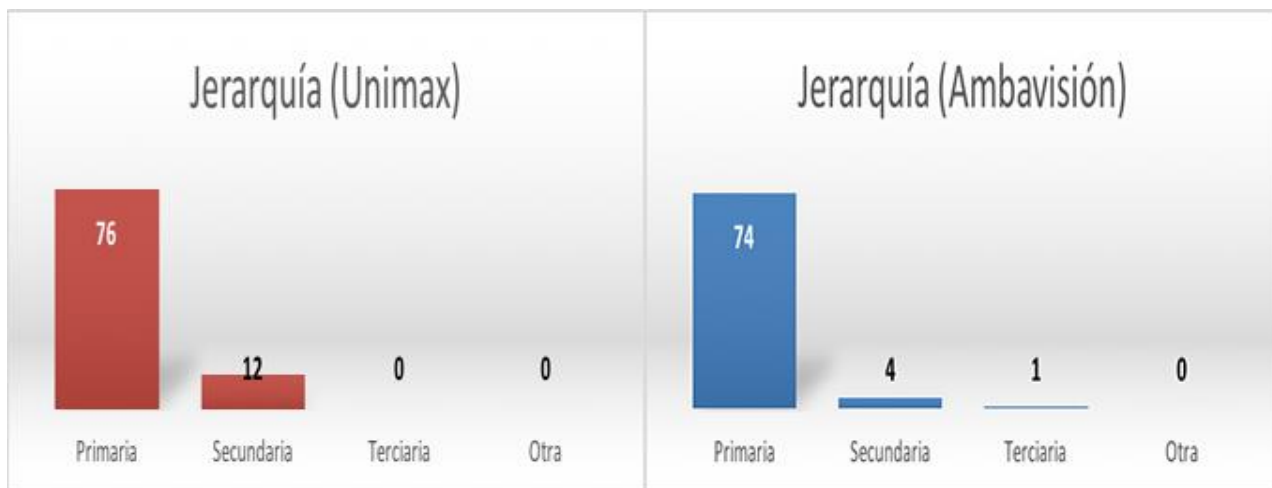
Elaboración: Investigador

### 2.2 JERARQUÍA EN TELEVISORAS

Para las televisoras locales los resultados son claros al mostrar que Ambavisión es superior a Unimax en esta cuantificación al tener el 94% en jerarquía primaria mientras que el segundo tiene 86% (Gráfico N. 10). Esto se da principalmente a la cantidad de programas con contenidos culturales populares y masivos existentes en el primer canal de Ambato. También debemos acotar que los programas emitidos por los dos canales a manera de una tele-revista que emula la Fiesta de las Flores y las Frutas y que se dio a mitad de esta

investigación aumenta considerablemente la jerarquía de notas que una semana anterior ni se mencionaban. Como depositarios del saber los medios de comunicación dependen, en forma considerable, de las posibilidades de sobrevivencia y desarrollo económico de la sociedad (Muñoz, 1989) es por eso de su afán hacia las notas culturales de carácter masivo como lo veremos más adelante.

**Gráfico N°- 10** (Televisoras)

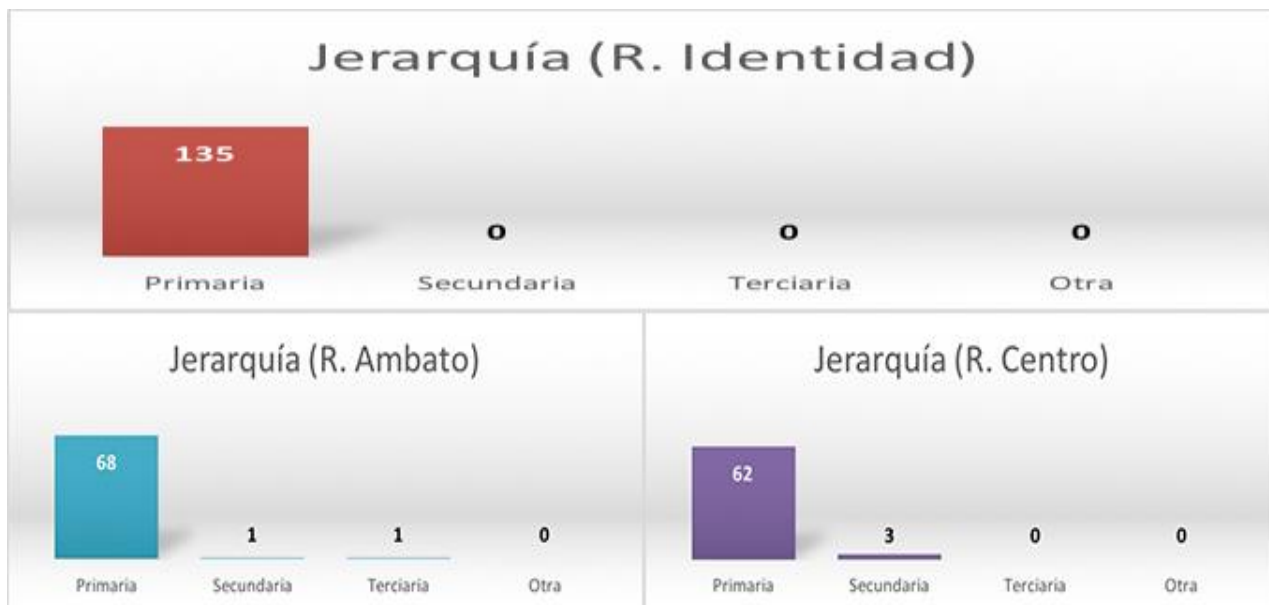


**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

### 2.3 JERARQUÍA EN RADIOS

De la muestra de radios tomadas para la investigación las cifras muestran que el medio radial que más enfoca sus contenidos culturales de una forma primaria es R. Identidad con el 100% seguida muy de cerca por R. Ambato y Centro con 98% y 95% respectivamente (Gráfico N. 11). Así mismo R. Alegría maneja un 87% continúan R. Amor y Bandida con 85% y 64% dejando en último lugar en este parámetro a R. Caracol con 63%. Un dato muy curioso es que aunque radios como Bandida o Alegría manejen un alto porcentaje, esto se debe claramente a la cantidad de contenido popular que se opera en este tipo de emisoras: además se debe tomar en cuenta la paupérrima dirección de estos en varios parámetros comunicativos como el respeto a las audiencias e instituciones y sin tomar reparos a la hora de transmitir cualquier tipo de información no válida. El compromiso de los medios consigo mismos y con el conglomerado social es evidente; esto se contempla tanto la aptitud como el cultivo de la cultura mediante una actitud constante hacia el crecimiento y la humanización (Wanjiru, 1999). De ahí surge una clara vinculación entre la profesión y la ética y su diferenciación del mercantilismo descontrolado.

Gráfico N°- 11 (Radios)



Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

Gráfico N°- 12 (Radios)



Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

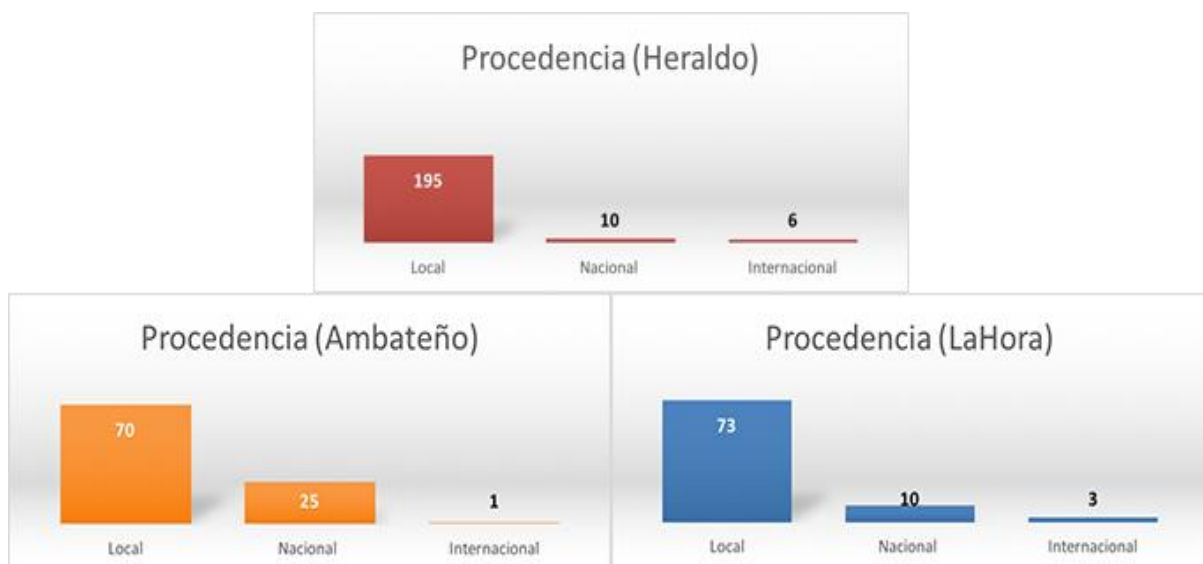
(Francisco Sierra, 2009) habla acerca del excesivo protagonismo que abarcan los personajes y festividades públicas en los medios de comunicación en detrimento de otros niveles de cultura. Por lo tanto, no está en la importancia que se le da durante el espacio a la nota, sino la calidad de contenido o información con la que esta llega a las audiencias. Es preciso acotar como una anécdota muy personal la difícil tarea de escuchar radios como Alegría o Bandida.

### 3. PROCEDENCIA DE LAS NOTAS CULTURALES EN DIARIOS, RADIOS Y TELEVISIÓN (AMBATO)

#### 3.1 PROCEDENCIA DE NOTAS CULTURALES EN DIARIOS

La mayoría de los medios tiene dividido su contenido en notas que lo conforman, estas son de carácter local nacional e internacional en la investigación nos podemos dar cuenta respecto a los porcentajes dados. Para diario el Heraldo el mayor número de notas culturales vienen del ámbito local al tener un 92% del total de las mismas dejando a las nacionales e internacionales con 5% y 3%. El Ambateño tiene 73% en locales mientras que para nacionales 26% y las internacionales 1%. Finalmente La Hora con 85% para la primera cuantificación 12% para el segundo y 3% para el tercero (ver Gráfico N. 13). Se recalca que las F.F.F. han sido determinantes para que se den estos resultados, pues la mayor cantidad de noticias, notas y reportajes fueron generadas durante su celebración.

Gráfico N°- 13 (Diarios)



Fuente: Formato análisis

Elaboración: Investigador

#### 3.2 PROCEDENCIA DE NOTAS CULTURALES EN TELEVISORAS

En caso de los medios televisivos de la ciudad Unimax tiene 69% en notas de carácter local y 31% nacional. Mientras que Ambavisión muestra un 65% respecto a locales y 35% en nacionales respecto a la procedencia cultural de la nota (Gráfico 14). Se puede decir que para la televisión ambateña la información cultural es manejada con suma importancia solo el

momento de las festividades, si tomamos en cuenta que se dan programas temporales especiales cuyo objetivo primario es informar y dar a conocer notas y reportajes de la ciudad estos aumentan considerablemente los porcentajes en casi todos los parámetros analizados en esta investigación. Para (Kapuscinsky 2002) la información se ha convertido en el mejor de los negocios. Por lo tanto la importancia dada al descubrimiento del enorme valor económico de las noticias masivas se debe principalmente a la llegada del gran capital a los medios de comunicación.

**Gráfico N°- 14** (Televisoras)

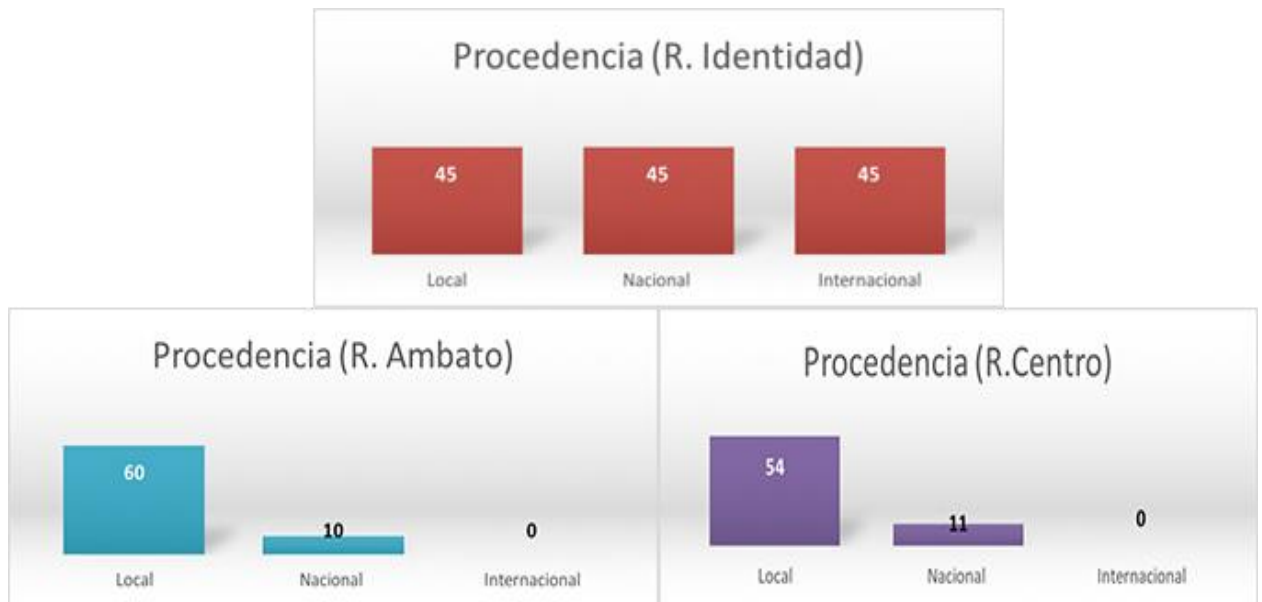


**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

### 3.3 PROCEDENCIA DE NOTAS CULTURALES EN RADIOS

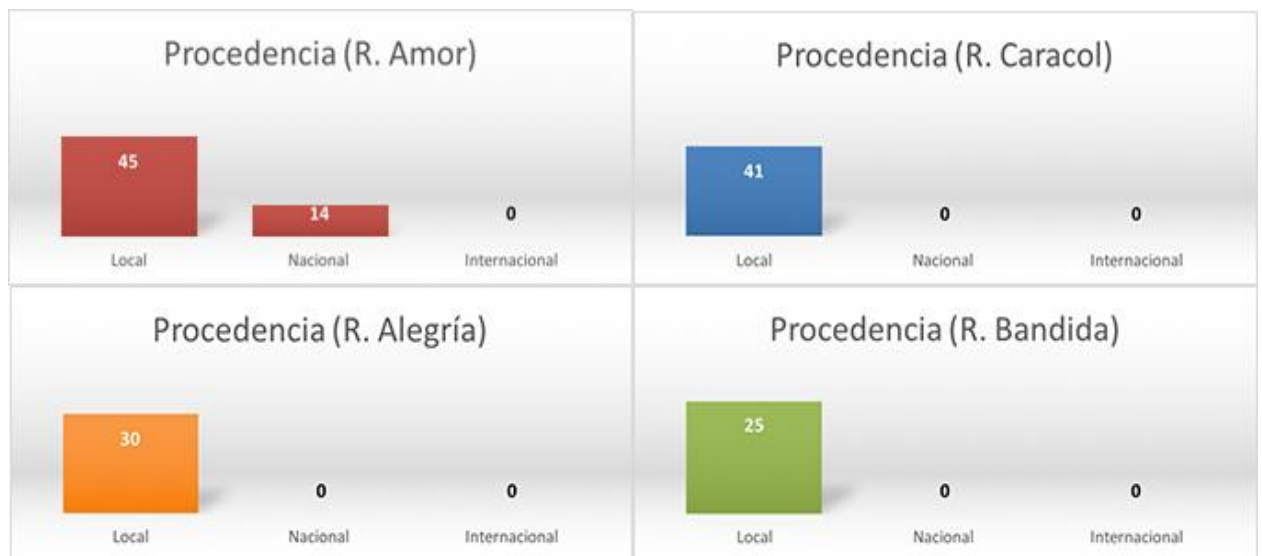
En los medios radiales los porcentajes colocan nuevamente a R. Identidad como la emisora que maneja de una manera equitativa tanto contenidos locales nacionales e internacionales con 34% en la primera ya 33% tanto en la segunda cómo la tercera; R. Ambato y Centro operan con mayor cantidad de contenidos locales teniendo 86% y 83% (Gráfico N. 15). Radio Alegría Bandida y Caracol manejan un 100% de contenidos netamente locales quedando al final R. Amor con 76% en esta primera medida (Gráfico N. 16). Que las tres emisoras que tienen el máximo porcentaje en esta cuantificación no significa que lo hagan por un compromiso con la ciudad sino más bien se nota un facilismo a la hora de buscar información siendo su manejo principalmente dirigido hacia lo comercial, popular y de carácter masivo.

Gráfico N°- 15 (Radios)



Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

Gráfico N°- 16 (Radios)



Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

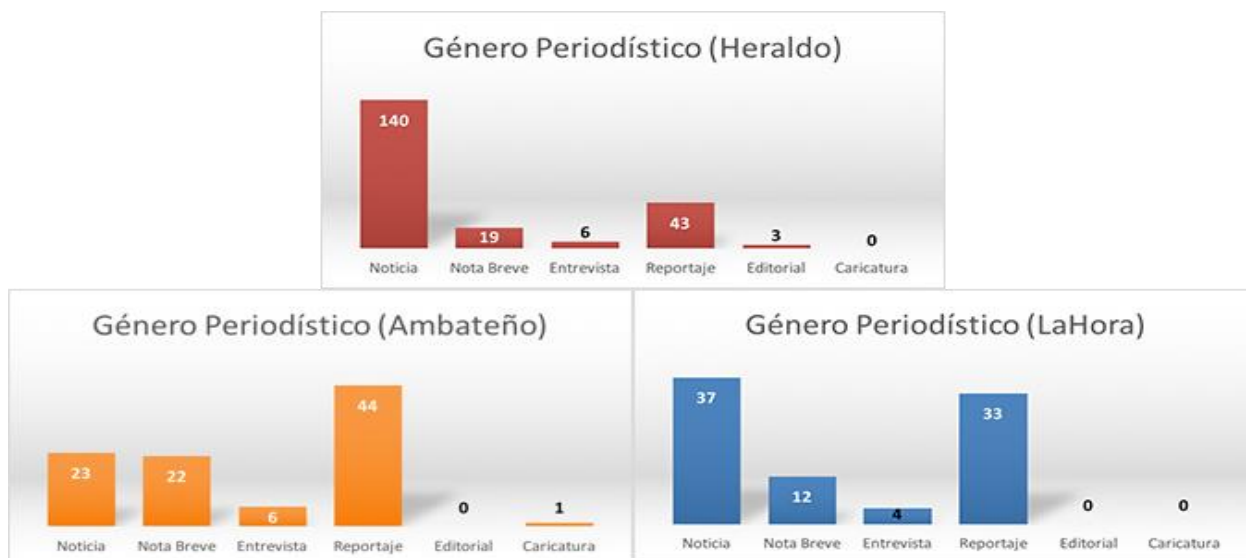
La diversidad de contenidos en los medios locales se justifica supuestamente por su pluralismo, existiendo entre ellos un concepto tácito y denominador común que los convierte solo en reproductores de temas inoperantes sirviendo solo a sus intereses corporativos (Mar Llera Llorente 2009). Así pues y recayendo la (RS) directamente en sus propietarios.

#### 4. ¿CUÁLES SON LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS MÁS UTILIZADOS POR LOS MEDIOS AMBATEÑOS?

##### 4.1 GÉNEROS P. MÁS UTILIZADOS (DIARIOS)

El periodismo escrito se construye por varios géneros entre los tomados para la investigación consta la noticia, nota breve, entrevista, el reportaje, editorial y la caricatura. El Heraldo es un diario en el que prevalecen las noticias sobre los otros al tener el 66% en reportajes 20% notas breves 9% en entrevistas y editorial 3% y 2%. El ambateño se enfoca más en reportajes pues tiene 46% este indicador en noticias, notas breves y entrevistas 24% 23% y 6%. La Hora en cambio posee un porcentaje muy próximo tanto para las noticias y los reportajes 43% y 38% las notas breves y entrevistas 14% y 5% teniendo 0% las caricaturas y editorial (Gráfico N. 17). Por consiguiente los tres medios prefieren manejar los géneros p. más tradicionales.

Gráfico N°- 17 (Diarios)



Fuente: Formato análisis

Elaboración: Investigador

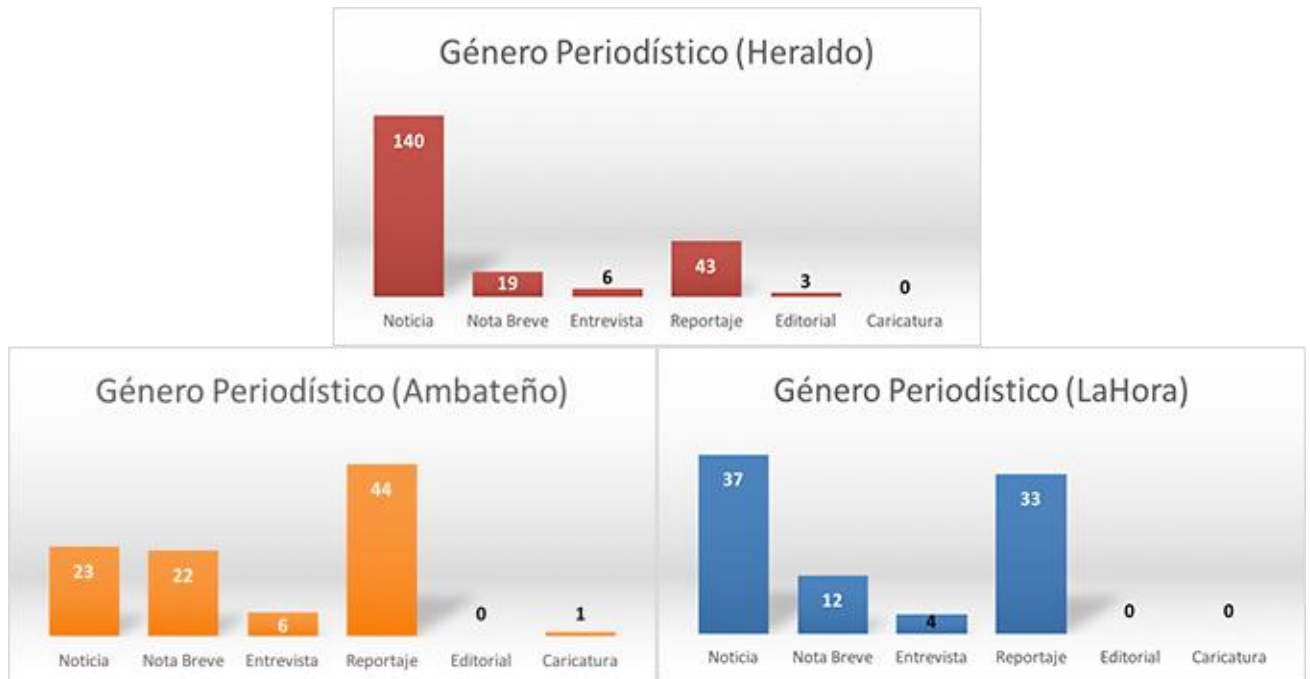
##### 4.2 GÉNEROS P. MÁS UTILIZADOS (TELEVISORAS)

Unimax televisión en noticias tiene el mayor porcentaje con 51% para las noticias después los reportajes con 40% notas breves 7% y entrevistas 2%. Ambavisión en el indicador noticia



ostenta 44% en reportaje 41% y notas breves teniendo 0% en entrevistas (Gráfico N. 18). Algo a tomarse muy en cuenta es que la mayoría de reportajes que se enmarcan dentro de lo cultural son de programas emitidos por el estado y obligados a ser transmitidos; es decir que de no ser por esto el margen fuera mucho más bajo, algo muy observable también es la carencia de productos culturales propios de la cultura local ambateña y tungurahuese.

**Gráfico N°- 18** (Televisoras)



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

#### 4.3 GÉNEROS P. MÁS Utilizados (RADIO)

Radio Identidad al ser únicamente programada consta de música y productos educativos formativos cortos que se transmiten todo el día y constituyen el 100% de contenidos a manera de pastillas culturales de una duración aproximada de 3 minutos cada uno. R. Ambato en noticias tiene 81% en reportajes 16% y 3% en notas breves. Noticia 75% nota breve 8% y reportaje 17% esos son los porcentajes mostrados por R. Centro (Gráfico N. 19). Caracol divide sus géneros solo en noticias y notas breves con 51% y 49% respectivamente. R. Amor el mayor número es para noticia 42% nota breve 34% y reportaje 24%. R. Alegría el total de contenido está enfocado en las notas breves con 100% y finalmente radio bandida con 98% en el mismo indicador que su antecesor pero con 98% y solo 2% en noticias (Gráfico N. 20). (Goodwin, 1994) crítica de la distribución de los géneros dentro de un

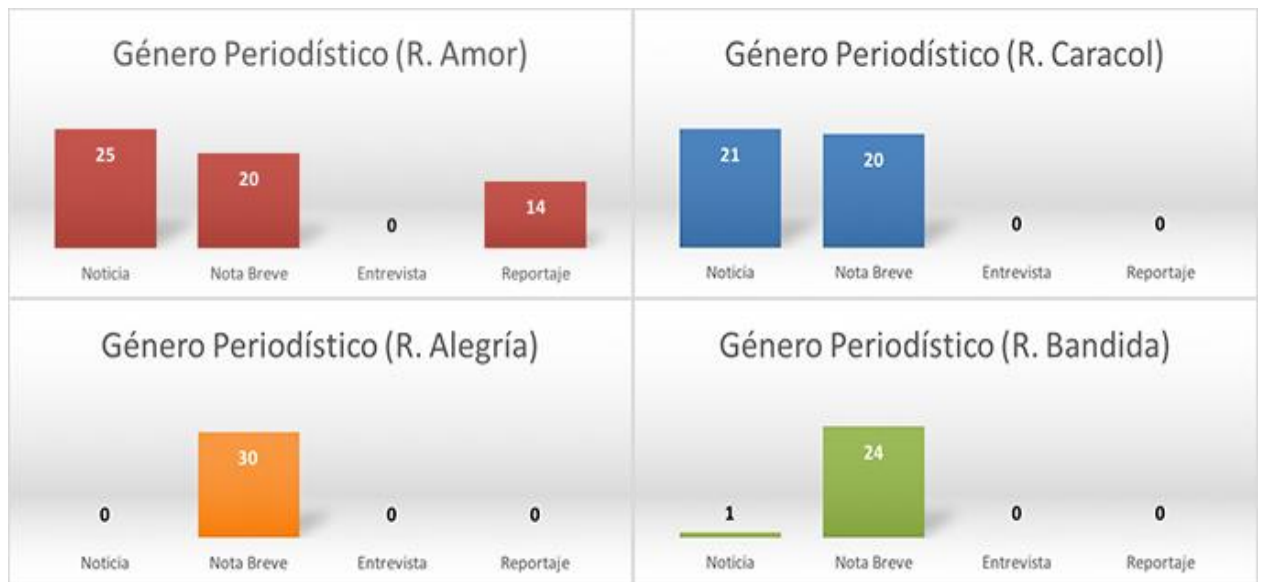
espacio comunicativo al encausar al periodismo únicamente hacia contenidos que atraen a las audiencias que quieren los publicistas.

**Gráfico N°- 19 (Radios)**



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

**Gráfico N°- 20 (Radios)**

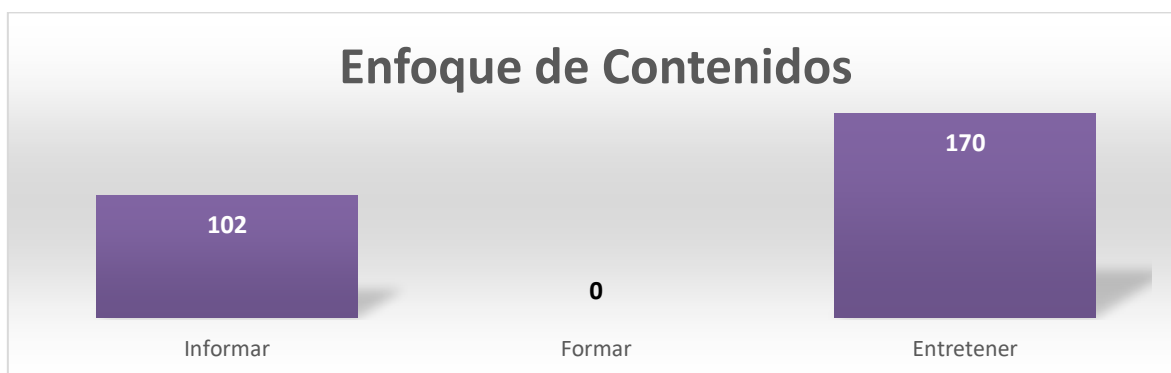


**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

La percepción que tiene la ciudadanía ambateña respecto a contenidos enfocados donde se encuentran principalmente los géneros periodísticos antes mencionados arrojan resultados como que los medios locales más se preocupan por el entretenimiento pues este indicador

posee el 62% seguido de informar con 38% y teniendo a la formación con 0% (Cuadro N. 62 y Gráfico N. 21). Esto es preocupante porque de alguna manera la gente cree que no están difundiendo una multiplicidad de prácticas y experiencias artísticas urbanas, populares y rurales sin que se reafirmen como instituciones paradigmáticas culturales (Thomson, 1998).

**Gráfico N°- 21 Enfoque de Contenidos**



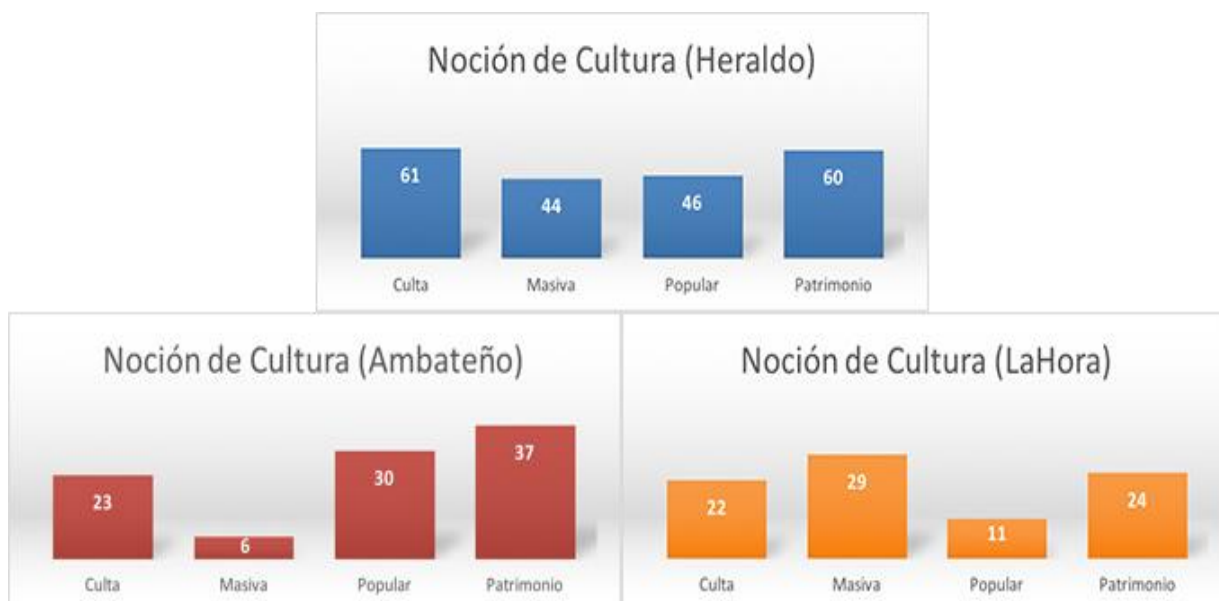
**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

## 5. NOCIÓN DE CULTURA EN LAS NOTAS

### 5.1 NOCIÓN DE CULTURA EN NOTAS (DIARIOS)

La noción cultural de una nota se puede identificar de acuerdo a los públicos a los cuales está dirigida siendo culta, masiva, popular y patrimonial. En el caso de diario el Heraldo tenemos 29% para la primera 28% para patrimonial y 22% y 21% para masiva y popular. El ambateño en el indicador patrimonio tiene el mayor porcentaje con 39% seguido 31% de cultura popular 24% de culta y 6% masiva. Diario La Hora tiene su mayor porcentaje en lo masivo 33% seguido de patrimonial, culto y popular con 28% 26% 13% respectivamente (Ver Gráfico N 22). (Kapusinsky, 2002) razona respecto a que la información es una mercancía sometida a las leyes del mercado, es decir estar predestinada a obtener una máxima rentabilidad siendo parte de un monopolio con oscuros intereses. Diríamos entonces que no se investiga en busca de la verdad, sino con el fin de hallar acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales de los medios haciéndolos rentables.

Gráfico N°- 22 (Diarios)

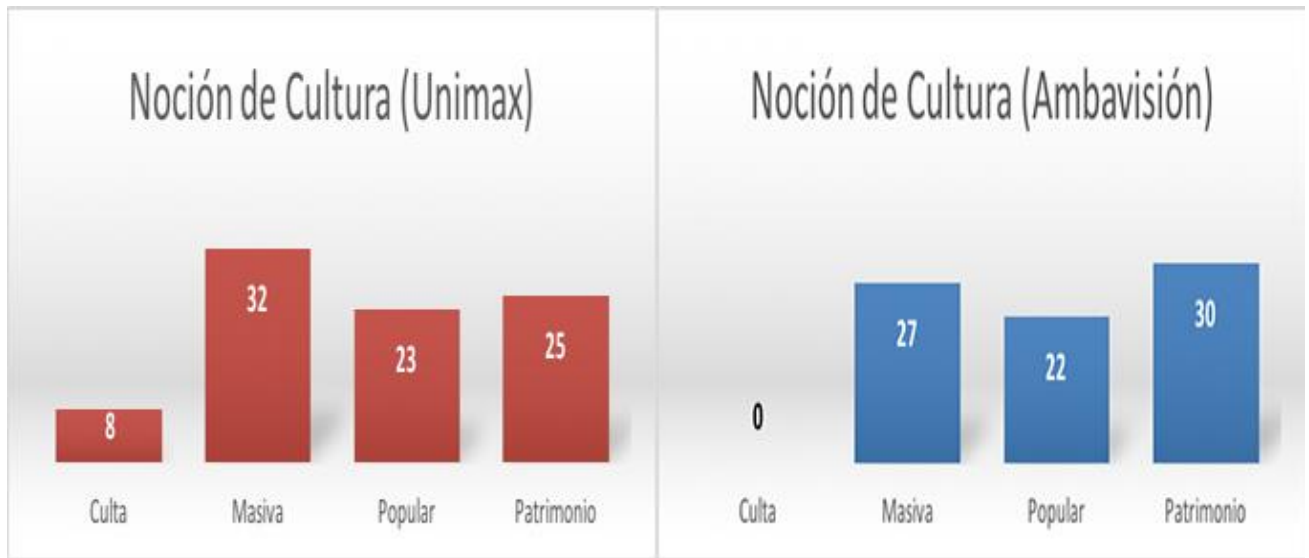


Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

## 5.2 NOCIÓN DE CULTURA EN NOTAS (TELEVISORAS)

Los contenidos emitidos por la televisión ambateña muestran que para Unimáx lo que prima es la cultura masiva con 36% después patrimonio con 29% popular 26% y culta 9%. En Ambavisión lo que se impone es lo patrimonial con 38% seguido de cultura masiva con 34% finalmente tenemos un 28% para lo popular, siendo 0% en referencia al indicador culta (Gráfico N. 23). Es clara la preponderancia de lo patrimonial y masivo en los medios televisivos ambateños, primero y ya antes mencionado la presencia de las F.F.F. dentro del tiempo destinado a esta investigación que aumenta noblemente la presencia de muchas notas de carácter patrimonial. Segundo el auge de contenidos de contenido masivo destinado a una audiencia sin capacidad de crítica de lo que ve, lee y escucha.

Gráfico N°- 23 (Televisoras)

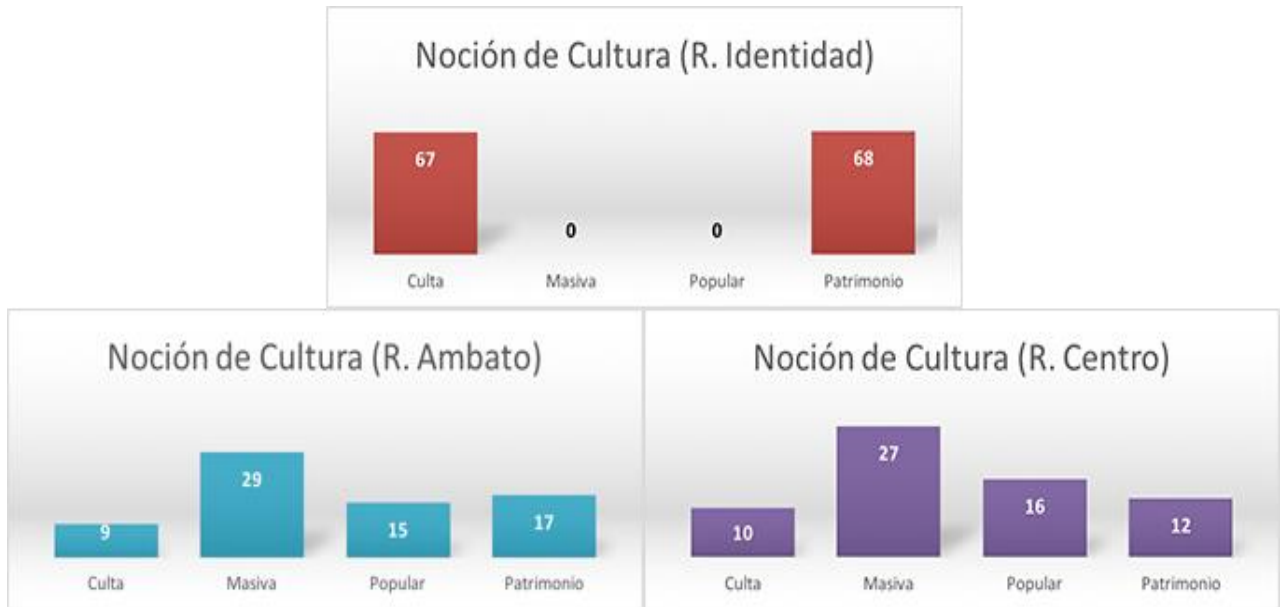


**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

### 5.3 NOCIÓN DE CULTURA EN NOTAS (RADIOS)

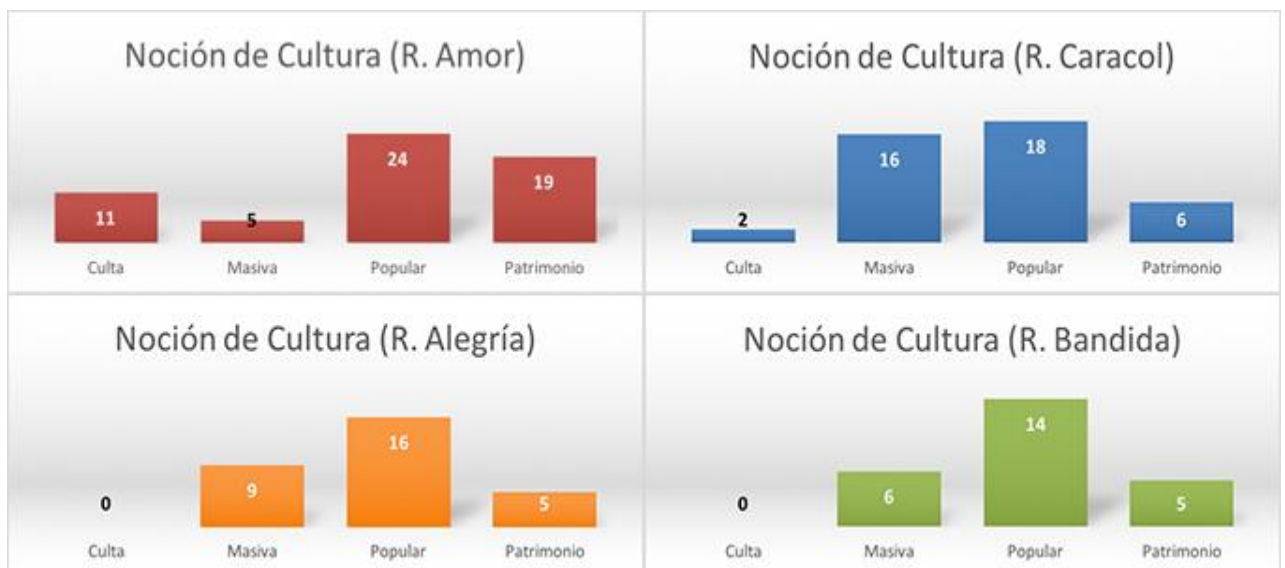
Las radios ambateñas en esta categoría en cuanto a cifras son muy diversas pues para R. Ambato y Centro lo que prima dentro de la nota cultural es lo masivo pues la primera cuenta 41% y 42% en este indicador en lo popular 25% y 21% respectivamente en lo patrimonial 25% y 18% teniendo a lo culto en último lugar con 13% y 15%. El caso de Identidad es muy particular pues su noción se divide en 50% para patrimonio y 50% para culta haciendo notar claramente para el público al cual está dirigida (ver Cuadro N. 24). Lo popular sigue primando en radios como: Amor, Caracol, Alegría y Bandida con 41% 44% 53% y 56% siendo para todas el porcentaje mayor; en patrimonio 32% 12% 17% y 20% respecto a lo masivo 8% 39% 30% y 24% finalmente para contenidos o notas cultas 19% 5% 0% y 0% notándose así mismo el target en el cual se enfocan estas radios consideradas de cultura popular (Cuadro N. 25). Para (Champagne, 1998) las empresas de comunicación son sin duda empresas económicas sometidas a las leyes del mercado el cual reconoce más la lógica mercantilista de ganancia que la lógica austera de consideraciones éticas o deontológicas. Entonces debería considerarse la posibilidad de que los medios no asuman de manera adecuada su responsabilidad social como tal.

Gráfico N°- 24 (Radios)



Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

Gráfico N°- 25 (Radios)



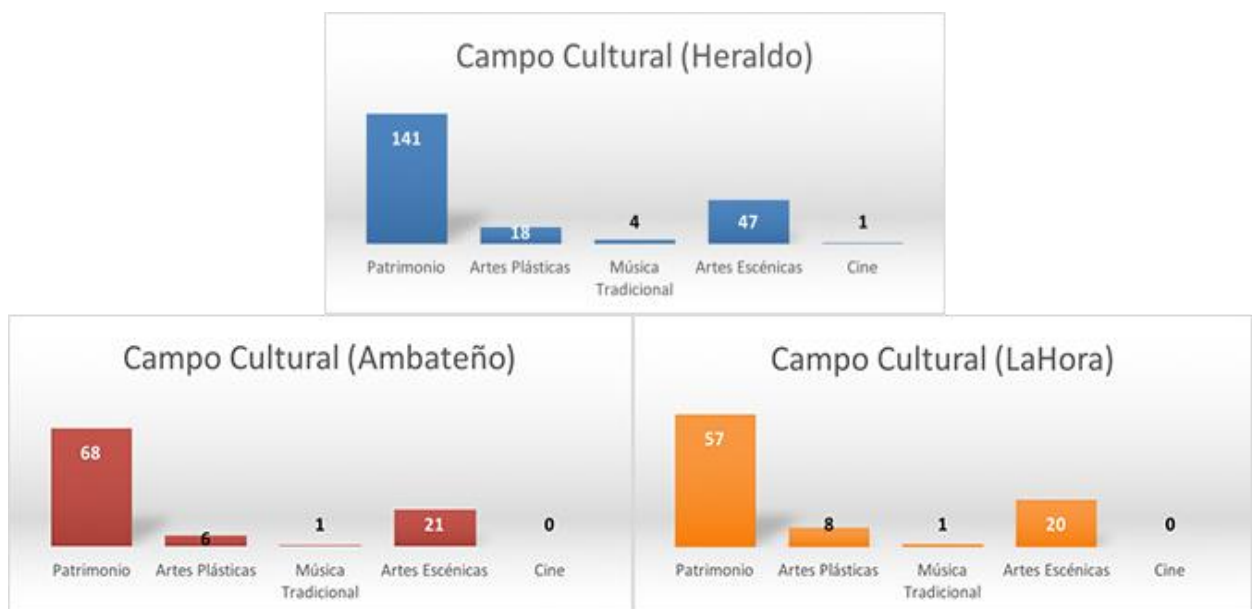
Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

## 6. EL PERIODISMO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EL CAMPO CULTURAL APLICADO

### 6.1.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ACUERDO AL CAMPO CULTURAL EN MEDIOS ESCRITOS

Las notas culturales para la investigación se ha ordenado por categorías y nos da los siguientes resultados para la prensa escrita; diario el Heraldo tiene la mayor cantidad de notas culturales con temáticas patrimoniales 67% seguido de las artes escénicas con 22% y las artes plásticas con 9% finalmente dejando el 2% para la música tradicional. El ambateño tiene en el mismo orden en esas categorías con 71% 22% 6% y 1%. La Hora ratifica este orden con 66% para la primera 24% para la segunda 9% para la tercera y la última con 1% (Gráfico N. 26). Si tomamos en cuenta que estos parámetros se enfocan principalmente en la multiculturalidad constituyéndose esta en una expresión de múltiples culturas en el espacio que llamamos urbano (García Canclini, 1997).

Gráfico N°- 26 (Diarios)

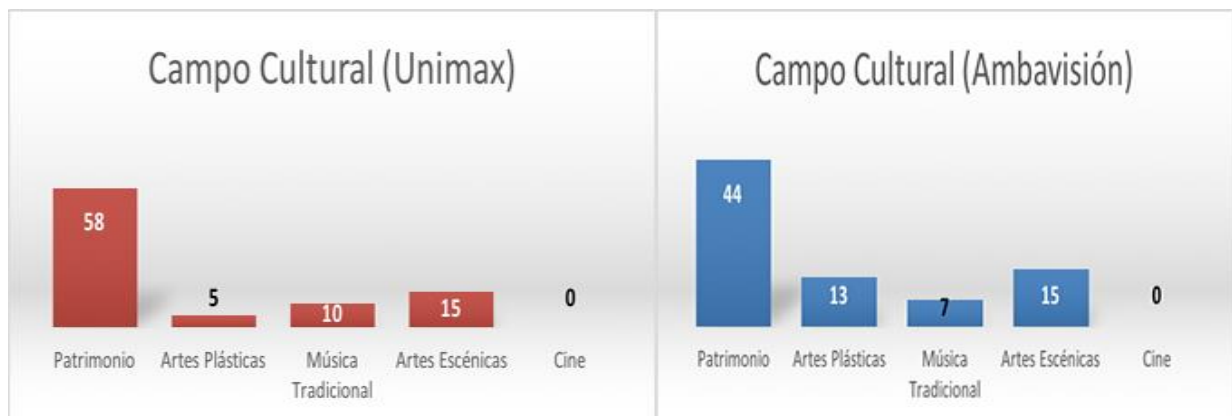


Fuente: Formato análisis  
Elaboración: Investigador

### 6.1.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ACUERDO AL CAMPO CULTURAL EN MEDIOS TELEVISIVOS

Los canales ambateños en su campo de cultura operan con las siguientes cifras: Unimax en el indicador patrimonio tiene 65% mientras que en las artes escénicas 18% seguido de la música tradicional con 11% y al final las artes plásticas con 6%. Ambavisión opera las notas patrimoniales con un 56% en artes escénicas y plásticas 19% y 16% respectivamente y finalmente la música tradicional con 9% (Gráfico N.27). (Bourdieu, 1996) cree que al igual que lo político o lo económico el campo comunicacional y periodístico está permanentemente sometido a los veredictos del mercado respecto a las audiencias.

Gráfico N°- 27 (Televisoras)



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

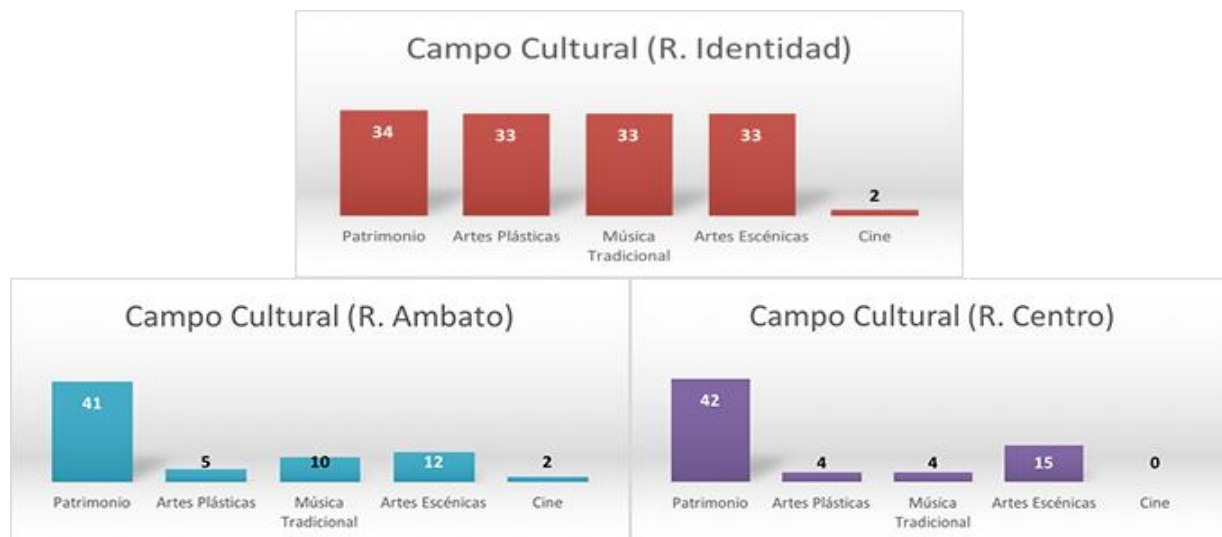
### 6.1.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ACUERDO AL CAMPO CULTURAL EN MEDIOS RADIALES

Para las emisoras radiales los porcentajes manejados en este parámetro se dan así: Radio Identidad otra vez posee la distribución más equitativa de acuerdo a los indicadores pues en patrimonio y artes escénicas tenemos a 25% para cada uno; en artes plásticas y música tradicional 24% dejando a cine solo con 2%. R. Centro en patrimoniales 65% artes escénicas 23% mientras que artes plásticas y música tradicional con 6% c/u. Mientras que R. Ambato 59% para patrimonio 17% artes escénicas 14% música tradicional 7% artes plásticas y 3% cine (ver Gráfico N. 28). Caracol radio tiene 76% en patrimonio, artes escénicas 17% artes plásticas 5% y música tradicional 2%. R. Amor 54% en patrimonio 36% en artes escénicas



y 10% en artes plásticas se debe notar que esta emisora tiene 0% en música tradicional. Radio Bandida y Alegría son las que poseen menor cantidad en el indicador patrimonio pues la primera tiene 64% y la segunda 43% para las artes escénicas 28% y 53% debemos fijarnos que es la única emisora que la cual este hito es superior a los otros; finalmente para la música tradicional 8% y 4% teniendo ambas 0% en Artes plásticas (Gráfico N. 29). De esta manera se nota la supremacía de notas de patrimonio y artes escénicas sobre las otras.

**Gráfico N°- 28 (Radios)**



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

**Gráfico N°- 29 (Radios)**



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

## 6.2.1 NOTAS DE MULTICULTURALIDAD, DERECHOS HUMANOS, EQUIDAD DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE EN MEDIOS ESCRITOS

La responsabilidad social está dividida en cuatro indicadores tomados en cuenta para esta investigación siendo estos: la multiculturalidad, los derechos humanos, la equidad de género y el medio ambiente. Los porcentajes indican que multiculturalidad tiene una supremacía contundente en comparación a las otras pues para el Heraldo, el Ambateño y la Hora corresponde el 97% 97% y 98% de las notas culturales teniendo para el primero y el segundo medios mencionados 1% en las tres categorías restantes. La Hora presenta 0% tanto en D.H. como M. Amb. teniendo 2% en equidad (ver Gráfico N. 30). Notándose una ausencia notoria de estos parámetros dentro de las publicaciones emitidas.

Gráfico N°- 30 (Diarios)



**Fuente: Formato análisis**

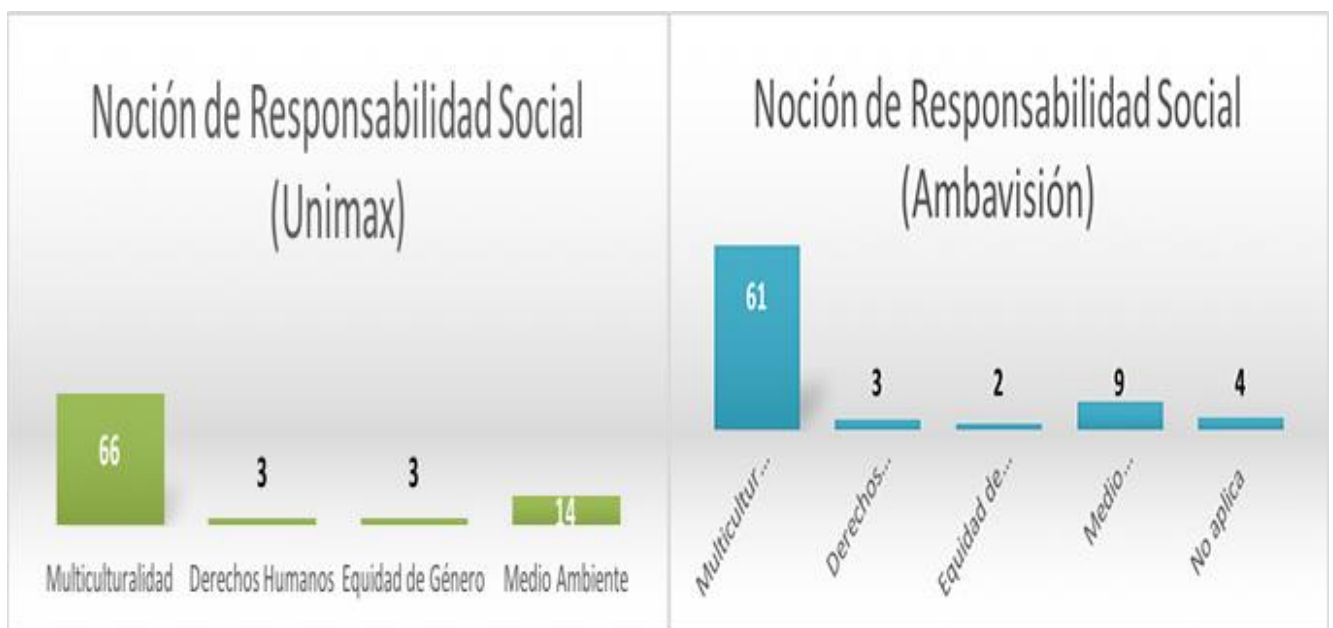
**Elaboración: Investigador**

El informe Hutchins (1947) hace referencia a la importancia tanto de la ética del periodista como de los propietarios de medios siendo responsables directos de los contenidos que se producen y emiten; proponiendo a manera de mea culpa la autorregulación como el mecanismo desde el cual se puedan establecer mecanismos para regular contenidos propios, sin esperar la censura o el patrocinio de parte del Gobierno (en cuanto a programas con contenido multicultural) o de la ciudadanía siendo ellos sus propios calificadores sin merecerlo.

## 6.2.2 NOTAS DE MULTICULTURALIDAD, DERECHOS HUMANOS, EQUIDAD DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE EN MEDIOS TELEVISIVOS

La televisión ambateña muestra según los porcentajes del estudio que la multiculturalidad tiene la hegemonía en los dos canales pues tiene 75% para Unimax y 77% para Ambavisión en segundo lugar el indicador medio ambiente con 19% y 11% en equidad de género ambos tienen 3% derechos humanos con 4% y 3%. Además el segundo canal en cuestión posee un 5% de contenido que no aplica a la responsabilidad social (Cuadro N. 31).

Gráfico N°- 31 (Televisoras)



**Fuente:** Formato análisis

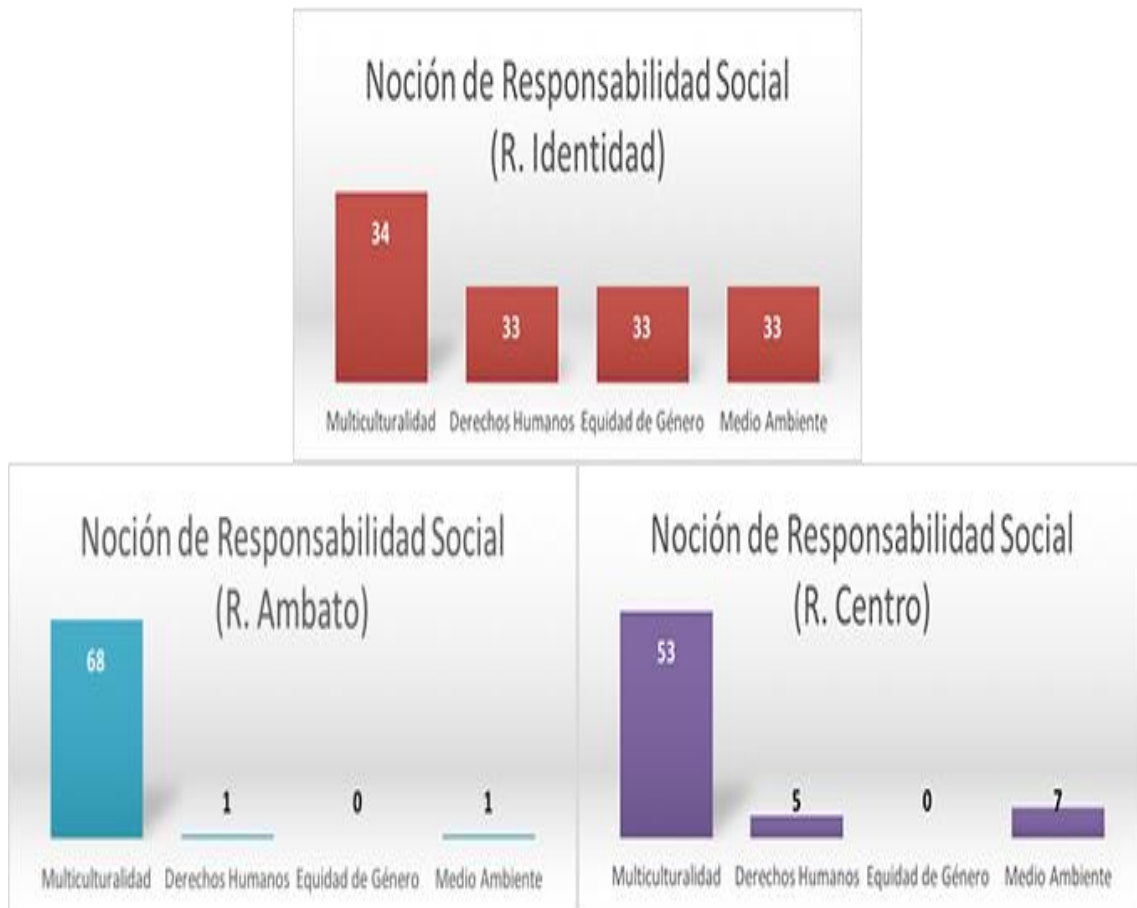
**Elaboración:** Investigador

Para (Weber, 2003) no todos los medios tienen conciencia de que un producto periodístico cultural bueno requiere de condiciones creativas inclusivas, de tal modo que sea eficaz en los parámetros de responsabilidad social. Si tomamos en cuenta que los derechos humanos y la equidad de género corresponden a cifras preocupantes dentro de notas analizadas; (Gilroy, 1998) cree que las naciones son representadas como unidades culturales totalmente homogéneas, formadas y representadas por valores basados en los Derechos Humanos y la Equidad de Género.

### 6.2.3 NOTAS DE MULTICULTURALIDAD, DERECHOS HUMANOS, EQUIDAD DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE EN MEDIOS RADIALES

Radio Identidad mantiene siempre equilibrio como hegemonía de contenidos es por eso que los cuatro indicadores mencionados antes tienen un porcentaje de 25% cada uno. R. Ambato posee la mayor cantidad en multiculturalidad con 98% teniendo 1% tanto en derechos humanos como en medio ambiente y 0% en equidad. R. Centro al igual que la anterior tiene predominio en la multiculturalidad con 82% dejando a los D.H., el M. Amb. y la equidad de género en 10% 8% y 0% (Gráfico N. 32). Radios Amor, Caracol, Alegría y Bandida en lo multicultural tienen en el mismo orden 97% 97% 97% y 100% la primera y la tercera poseen 3% en D.H. 0% en las restantes; la segunda 1% en cada indicador restante (ver Gráfico N. 33).

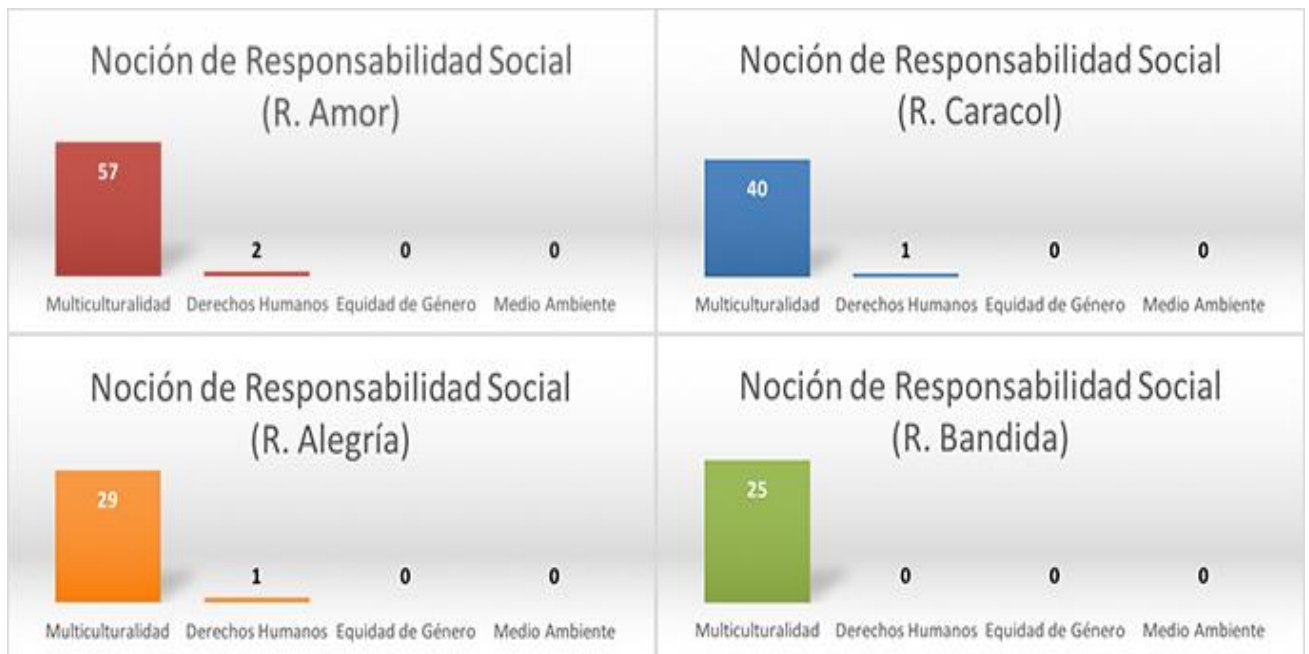
**Gráfico N°- 32 (Radios)**



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

Es muy bajo y notorio el indicador medio ambiente para (Ballesteros y Pérez, 1997) el crecimiento de la población, el aumento de la riqueza, asociado a un mayor consumo, contaminación y despilfarro, están incrementando cada vez más las presiones sobre el Medio Ambiente sin que los medios hagan nada para recuperar en algo la pérdida de recursos.

**Gráfico N°- 33 (Radios)**

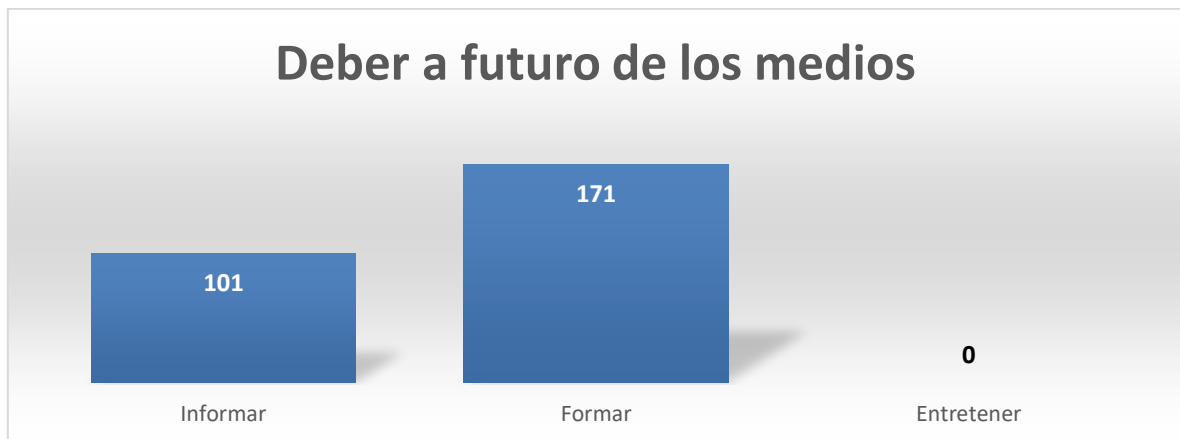


**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

### 6.3 DEBER DE LOS MEDIOS A FUTURO

La ciudadanía encuestada piensa que el deber de los medios a futuro es empezar a formar con un porcentaje de 63% y 37% para informar; es decir que la responsabilidad social según estos debe ser ejercida con un fin ético coherente, dinámico y sin miras a lo que el panorama mercantilista le ofrece (ver Gráfico N. 34). (Bourdieu 1996) denuncia el riesgo que corren los campos de producción cultural, incluido el campo científico. De perder parte de la autonomía relativa que tanto les había costado conseguir, debido a la creciente capacidad de presión directa e indirecta de los medios de comunicación y su impacto devastador sobre el campo cultural al fomentar la creación de programas que entretengan antes de informar y formar.

**Gráfico N°- 34** Deber a futuro de los medios



**Fuente:** Formato análisis  
**Elaboración:** Investigador

### **COMPROBACIÓN ESTADÍSTICA DE LA HIPÓTESIS (ENCUESTA)**

Para la solución estadística del problema planteado y de conformidad con la hipótesis se trabajará con la prueba del CHI-CUADRADO que es un estadígrafo libre que permite establecer correspondencia entre valores observados y esperados, llegando a la comprobación de distribuciones enteras.

La hipótesis que se ha establecido en la investigación es factible de realización, puesto que en la encuesta se recoge información acerca de los medios de comunicación locales con la finalidad de mejorar y orientar el cumplimiento eficiente de la carrera en la cual se fundamenta con el análisis estadístico del Chi cuadrado.

### **HIPÓTESIS:**

H0: ¿No está asumiendo el periodismo cultural su responsabilidad social en el cantón Ambato?

H1: ¿Está asumiendo el periodismo cultural su responsabilidad social en el cantón Ambato?

## COMPROBACIÓN DE CHI CUADRADO

PREGUNTA2 (II)		ALTO	MEDIO	BAJO	$\Sigma$
<b>PREGUNTA 7</b>	<b>ALTO</b>	82	0	70	<b>152</b>
<b>(VD)</b>	<b>MEDIO</b>	0	120	0	120
	<b>BAJO</b>	0	0	0	<b>0</b>
	<b>NULO</b>	0	0	0	<b>0</b>
	$\Sigma$	<b>82</b>	<b>120</b>	<b>70</b>	<b>272</b>

Cuadro N°- 6 Frecuencias Observadas

Elaborado por: Daniel Suarez

Fuente: Encuestas Investigación

PREGUNTA6 (VI)		ALTO	MEDIO	BAJO	$\Sigma$
<b>PREGUNTA 7</b>	<b>ALTO</b>	46	67	39	<b>113</b>
<b>(VD)</b>	<b>MEDIO</b>	36	53	31	<b>89</b>
	<b>BAJO</b>	0	0	0	<b>0</b>
	<b>NULO</b>	0	0	0	
	$\Sigma$	<b>82</b>	<b>120</b>	<b>70</b>	<b>272</b>

Cuadro N°- 7 Frecuencias Esperadas

Elaborado por: Daniel Suarez

Fuente: Encuestas Investigación

CÁLCULO DEL CHI CUADRADO					
PREGUNTAS	O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
ALTO/ALTO	82	46	36,18	1308,74	28,56
ALTO/MEDIO	0	36	-36,18	1308,74	36,18
ALTO/BAJO	0	0	0,00	0,00	0,00
ALTO/NULO	0	0	0,00	0,00	0,00
MEDIO/ALTO	0	67	-67,06	4496,89	67,06
MEDIO/MEDIO	120	53	67,06	4496,89	84,94
MEDIO/BAJO	0	0	0,00	0,00	0,00
MEDIO/NULO	0	0	0,00	0,00	0,00
BAJO/ALTO	70	39	30,88	953,72	24,38
BAJO/MEDIO	0	31	-30,88	953,72	30,88
BAJO/BAJO	0	0	0,00	0,00	0,00
BAJO/NULO	0	0	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>272</b>	<b>0,00</b>	<b>13519</b>	<b>272,00</b>

Cuadro N°- 8 Comprobación de Chi

Elaborado por: Daniel Suarez

Fuente: Encuestas Investigación

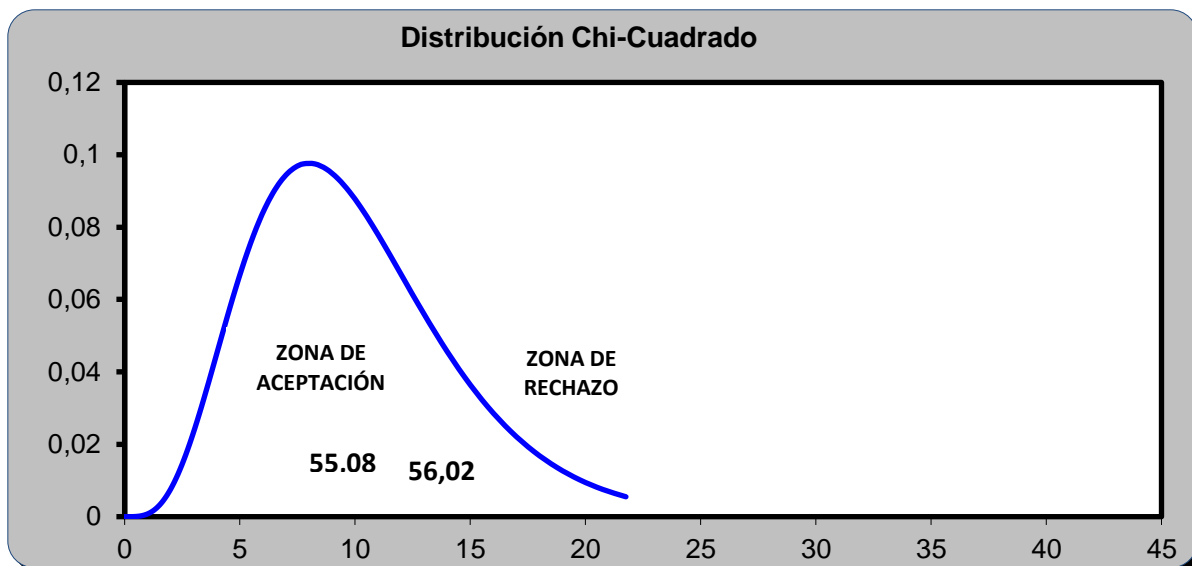


Gráfico N°- 35 Distribución Chi-Cuadrado

Fuente: Formato análisis

Elaboración: Investigador

**Chi  $\geq$  55,08** H0 se rechaza y por lo tanto la H1 se acepta, que implica que está asumiendo el periodismo cultural su responsabilidad social en el cantón Ambato

## COMPROBACIÓN CIENTÍFICA DE LA HIPOTESIS

Los medios de comunicación como instituciones sociales de poder se han readaptado a los cambios que le exigen el tiempo y la globalización. De ahí que la complejidad nace al realizar un análisis minucioso en este asunto de los medios locales. En el caso del periodismo cultural queda claramente demostrado su desapego hacia lo que representa un verdadera responsabilidad social afectada principalmente por el desacato de la ley y la escasa producción de productos culturales propios de la localidad que emulen los parámetros de la R.S. Para (Francisco Sierra, 2009) en general los medios locales no atribuyen a la cultura la importancia que se merece y cuando atiende este campo lo hace desde un punto de vista reduccionista primordialmente política y espectáculo que reproduce la hegemonía del poder en vez de favorecer procesos culturales y pluralismos democráticos. De este modo la función social de los medios está menoscabada en beneficio de la ciudadanía anteponiendo el mercantilismo por encima de los valores y el sentido de responsabilidad.



La Responsabilidad Social se presenta como un modelo de gestión que las empresas comunicativas deciden emprender de manera voluntaria. Además es un compromiso voluntario y ético-moral que asume la organización, lo que implica tener un comportamiento basado en conductas, acciones y políticas que cada institución va desarrollando de acuerdo con su propio contexto y realidad. (Schwalb y Malca, 2005) creen que la responsabilidad social es una filosofía, actitud o forma de ver la vida tomando en cuenta el efecto que nuestras acciones y decisiones causan al entorno físico y social. En otras palabras, ser socialmente responsable significa ser consciente del daño que nuestros actos pueden ocasionar a cualquier individuo o grupo social. Si tomamos en cuenta los resultados arrojados se abren más interrogantes para futuras investigaciones en esta misma temática o campo. (Llorente, 2009) menciona que los medios desarrollan una función que amortigua las contradicciones del sistema, representando siempre así sus incoherencias y conflictos de poder narcotizando la cultura y las energías sociales. De este modo se fosiliza el verdadero potencial cultural que posee nuestra ciudad y el país; dejándonos las siguientes conclusiones y recomendaciones.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES:**

1. Los medios locales han caído en un círculo vicioso en el cual se elaboran y relatan contenidos incompetentes y erróneos sin ni siquiera ser contrastado por otras fuentes o documentos originales explicando así el porcentaje negativo y de abstención de los encuestados. Cabe resaltar que de no ser por la Fiesta de las Frutas y las Flores dada en el momento de la investigación las notas culturales hubiesen sido mucho menores a las expuestas. De esta manera se nota la supremacía de notas de patrimonio y artes escénicas sobre las otras.
2. Se puede decir que para la televisión ambateña la información cultural es manejada con suma importancia solo el momento de las festividades, si tomamos en cuenta que se dan programas temporales especiales cuyo objetivo primario es informar y dar a conocer notas y reportajes de la ciudad estos aumentan considerablemente los porcentajes en casi todos los parámetros analizados en esta investigación. También debemos acotar que los programas emitidos por los dos canales a manera de una tele- revista que emula la Fiesta de las Flores y las Frutas y que se dio a mitad de esta investigación aumenta considerablemente la jerarquía de notas que una semana anterior ni se mencionaban.
3. De la muestra de radios tomadas para la investigación las cifras muestran que el medio radial que más enfoca sus contenidos culturales de una forma primaria es R. Identidad con el 100%. Radio Identidad al ser únicamente programada consta de música y productos educativos formativos cortos que se transmiten todo el día y constituyen el 100% de contenidos a manera de pastillas culturales de una duración aproximada de 3 minutos cada uno.

4. Las emisoras en general no trabajan por un compromiso con la ciudad sino más bien se nota un facilismo a la hora de buscar información siendo su manejo principalmente dirigido hacia lo comercial, popular y de carácter masivo. Por lo tanto, no está en la importancia que se le da durante el espacio a la nota, sino la calidad de contenido o información con la que esta llega a las audiencias. Es preciso acotar como una anécdota muy personal la difícil tarea de escuchar radios como Alegría o Bonita.
  
5. La diversidad de contenidos en los medios locales se justifica supuestamente por su pluralismo, existiendo entre ellos un concepto tácito y denominador común que los convierte solo en reproductores de temas inoperantes sirviendo solo a sus intereses corporativos. Algo a tomarse muy en cuenta es que la mayoría de reportajes que se enmarcan dentro de lo cultural son de programas emitidos por el estado y obligados a ser transmitidos es decir que de no ser por eso el margen fuera mucho más bajo, algo muy observable también es la carencia de productos culturales propios de la cultura local.
  
6. La percepción que tiene la ciudadanía ambateña respecto a contenidos enfocados donde se encuentran principalmente los géneros periodísticos antes mencionados arrojan resultados como que los medios locales más se preocupan por el entretenimiento. Diríamos entonces que no se investiga en busca de la verdad, sino con el fin de hallar acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales de su medio.
  
7. La responsabilidad social está dividida en cuatro indicadores tomados en cuenta para esta investigación siendo estos: la multiculturalidad, los derechos humanos, la equidad de género y el medio ambiente. La ciudadanía encuestada piensa que el deber de los medios a futuro es empezar a formar

## **RECOMENDACIONES:**

1. Vislumbrar que los Medios de Comunicación locales (periódicos, televisión, radio) valoren y analicen su propia Responsabilidad Social y con la ciudadanía, para ello deberían preparar a los comunicadores y periodistas mediante talleres que promuevan el entendimiento de la verdadera R.S.
2. Dar apertura a la difusión de la producción local y regional productores independientes que cumpla los estándares culturales de calidad, en el caso de requerir el mejoramiento en los productos, se debería capacitar y conformar a través de acuerdos, con la finalidad de trabajar el escenario cultural, con mayor cobertura, y diversidad en la franja horaria de los medios que aporten a la multiculturalidad, derechos humanos, equidad de género y medio ambiente.
3. Promover la conformación de redes de comunicación, con profesionales del oficio periodístico que se dediquen a la cobertura en temas de interés cultural, de manera particular promover la multiculturalidad y plurinacionalidad enfocado en los parámetros antes nombrados.
4. Fomentar la creación de programas culturales los cuales estén enmarcados dentro de los cuatro parámetros de la Responsabilidad Social
5. Convocar a la cooperación mutua entre medios en cuanto se refiera a notas culturales locales que sean en beneficio de la cultura y los valores ciudadanos

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

El periodismo cultural junto con la responsabilidad social son precursores en la construcción de la Edu-Comunicación. Haciendo uso así de flujos comunicativos y redes de información referentes a la cultura marcando siempre los parámetros de la responsabilidad social dentro de los medios escritos radiales y televisivos de la ciudad de Ambato en la provincia de Tungurahua en Ecuador; de esta manera “cumplirá la función proveedora de información destinada a activar una análisis, discusión y participación” de las instituciones aliadas en este proyecto (Kaplún,1998 p. 244).

La pedagogía crea un escenario de aprendizaje participativo dentro de la crítica, la reflexión y la razón. Los medios de comunicación locales se constituyen en el espacio más adecuado para generar contenidos de acuerdo a la propuesta planteada. También al ser instituciones simbólicas pueden alimentarse siempre de contenidos enfocados en varios parámetros como: la multiculturalidad, los derechos humanos, la equidad de género y el medioambiente. Un seguimiento en esta propuesta se hace necesario para medir el impacto de la misma dentro de la ciudadanía ambateña.

El Heraldo es el que tiene la mayor cantidad de contenidos culturales 54%, el Ambateño y La Hora todavía distantes de manejar contenidos culturales adecuados de la ciudad pues lo escrito como notas de cultura están encauzados más en aspectos nacionales que locales teniendo al primero con un 24% mientras que el segundo ocupa el último lugar con un 22%. Unimax se manifiesta superior a Ambavisión en cuanto al número de contenido cultural teniendo este el 53% mientras que el otro posee el 47% del total general de notas culturales en televisión. El medio radial que maneja más contenidos culturales (propios) es radio identidad con un 37% de la programación seguidos de R. Ambato con 16% y R. Centro 15% el resto de las radios es mejor no tomar en cuenta respecto a su pobreza de porcentaje respecto a contenidos.

Para fortalecer, rescatar y retroalimentar el periodismo cultural dentro de los medios ambateños se hace ineludible un trabajo en los tres territorios: prensa escrita, radio y televisión. Se plantea crear mensajes, dictar charlas de capacitación que aporten en cuanto a la importancia de la cultura y se propone difundir estos mensajes con herramientas educacionales de carácter escrito, radial y televisivo así como la elaboración de formatos para programas con temáticas culturales y responsabilidad social. Este proyecto resulta de mucha ayuda en el plano físico; contenidos simbólicos cobijados por la multiculturalidad, el medio ambiente, la equidad y los derechos humanos.

Cada vez se hace indispensable elaborar más proyectos de este tipo porque solo una combinación de varias estrategias y proyectos son necesarios para hacer frente a una situación tan compleja como la expuesta en cuanto a los medios de comunicación de la ciudad de Ambato. Por eso es necesario trabajar desde varios frentes. La presente propuesta: “Difusión de contenidos e información cultural en la ciudadanía ambateña a través de sus medios locales de comunicación para generar una noción general respecto a la responsabilidad social” se cobija en todas las posibilidades que ofrece el espacio comunicativo dispuesto por el espacio escrito radial y televisivo ambateño.

## **JUSTIFICACIÓN**

La mejor manera de aprovechar espacios comunicacionales participativos periodísticos culturales es a través de la ejecución de propuestas como esta. En donde se generen espacios edu-comunicativos que promuevan la responsabilidad social en los medios y el pensamiento crítico reflexivo en las audiencias de los mismos. Para motivar un pensamiento crítico es indispensable generar publicaciones con características particulares enfocados en aspectos ya antes mencionados para que puedan hacer contrapeso a la gran cantidad de información de otras temáticas.

La ciudadanía ambateña cree que los medios locales más se preocupan por el entretenimiento que por otros aspectos informar y formar. Los medios por otro lado pueden ser la herramienta adecuada por donde circule con facilidad la información requerida. Los contenidos se dan de acuerdo al uso responsable que se los puede dar; su descuido y manejo inadecuado puede generar algunos problemas culturales y sociales. Pero el alcance y sobre todo las facilidades

que nos brindan estos permiten llegar a un mayor número de personas con notas culturales referentes a lo planteado. Los contenidos culturales que pueden brindar los medios de comunicación son casi ilimitada pues las audiencias son devoradoras innatas de información de ahí que estos deben ir de acuerdo a sus gustos e identidad. En la parrilla de programación de los medios existe una pobreza absoluta en cuanto a contenidos (propios) culturales de la ciudad y provincia.

Es necesario difundir este tipo de contenido simbólico a través de las empresas de comunicación; también es indispensable crear conciencia en los dueños y potenciar los recursos, talentos de los productores comunicacionales para la creación de información encaminada en la cultura. Manejándose a través de un convenio entre varias instituciones de comunicación que nos han brindado cifras para este proyecto. En un principio se manejará desde las instituciones participantes, luego desde las audiencias y se irá extendiendo de esta manera la red.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

- Generar contenidos comunicacionales de Ambato y la provincia en los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos locales.

### **ESPECÍFICOS:**

- Producir contenidos edu-comunicativos simbólicos con elementos de identidad basados en la multiculturalidad, derechos humanos, equidad de género y medio ambiente
- Instruir y Capacitar a los dueños y trabajadores de los medios sobre elaboración y difusión de contenido edu-comunicacional con sentido y responsabilidad social para su difusión
- Crear una red comunicativa organizacional para posicionar los contenidos en los medios ambateños

## ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Socio-Cultural	Organizacional	Tecnológico
<p>Este proyecto es viable porque pretende difundir información y contenidos edu-comunicacionales de cultura local, y está enfocado dentro de los ejes de trabajo de las instituciones colaboradoras (Medios de comunicación locales). Estas instituciones desde diversas perspectivas realizan un trabajo vinculado a la sociedad y a la cultura ambateña. Con su asistencia se puede poner en marcha el proyecto para construir contenido cultural adecuado, amparado en la responsabilidad social y para dar a conocer la riqueza cultural local.</p>	<p>La organización de este proyecto está a cargo del investigador. Serán las personas que establezcan los lazos y configuren la red de trabajo. Posteriormente se producirán los contenidos con el apoyo de las instituciones participantes, (medios locales) se realizarán capacitaciones para trabajadores y ejecutivos sobre la elaboración y publicación de contenidos culturales. Se conformará una red con las instituciones, que serán las encargadas de continuar con el proyecto, una vez que el investigador dejó armada la red y preparado al talento humano.</p>	<p>El avance de la tecnología en la comunicación e infraestructura de medios continúa en aumento, por lo que se debe elaborar y difundir contenidos para los medios locales. Los nuevos programas para editar así como cámaras y aparatos digitales proporcionan la posibilidad de capturar imágenes para una futura edición. También resulta de utilidad las herramientas bibliográficas pues son las que nos dan una fuente fidedigna de la información o contenido cultural planteado además se tiene a la mano los elementos tecnológicos requeridos para poner en marcha esta propuesta.</p>

**Cuadro N°- 9 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

**Elaborado por:** Investigador

**Fuente:** Investigación Directa



## PRESUPUESTO

Se presenta un presupuesto para el proyecto señalado

<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>
<b>Recursos Tecnológicos y de Oficina</b>	
Cámara Fotográfica	\$1000
Computador	\$1500
Servicio de Internet (mensual) <sup>1</sup>	\$ 30
Materiales de Oficina	\$ 100
Copias	\$ 10
<b>Recursos Humanos</b>	
Comunicador, (Capacitador y Community Manager) (mensual)	\$ 800
<b>Extras</b>	
Alimentación capacitador y asistentes (mensual)	\$ 250
Transporte (mensual)	\$ 50
Total	\$6000

**Cuadro N°- 10** Presupuesto

**Elaborado por:** Investigador

**Fuente:** Investigación Directa

Este proyecto se hace factible debido a que no se necesitan recursos económicos para la mayoría de rubros. Los recursos tecnológicos y de oficina se encuentran a la mano en las instituciones que colaboran, además el investigador no cobrará ningún rubro, dejando el proyecto en una inversión de 1.000 dólares.

## FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente proyecto se ampara en la **Constitución de la República**

**Art. 14.- Principio plurinacionalidad e interculturalidad.-** El Estado a través de

---

<sup>1</sup>Se calculó lo rubros para tres meses

las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que estas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

En el **Plan Nacional del Buen Vivir**

**Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad**

**5.2.a.** Fomentar el diálogo de saberes entre la comunidad y la academia, en la investigación y documentación de la memoria social, el patrimonio cultural y los conocimientos diversos.

**5.2.b.** Incentivar y difundir estudios y proyectos interdisciplinarios y transdisciplinarios sobre diversas culturas, identidades y patrimonios, con la finalidad de garantizar el legado a futuras generaciones.

**FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA**

La edu-comunicación constituye una forma de emplear herramientas comunicativas desde los medios de comunicación, destinadas a sus audiencias y hacia ellos mismos con fines reflexivos, para el desarrollo humano de las comunidades (Serrano, 2008). En las instituciones comunicativas locales es notoria la viralización de contenidos en pro de las mayorías y el mercantilismo; sin embargo se puede generar información y notas adecuadas que apañen de alguna manera este desequilibrio en cuanto a porcentajes de notas.

El pensamiento crítico reflexivo debe ser estimulado constantemente en la ciudadanía través de las notas culturales que se pueden dar en los medios locales. Es necesario contrastar elementos e información. La red además visibiliza formas culturales en cuanto a la responsabilidad social; sin embargo, los contenidos culturales no están en la misma magnitud

que los otros. La ciudad de Ambato posee varias instituciones dedicadas a la difusión cultural e intercultural, estas son las más adecuadas para fomentar la creación y difusión de nuevos contenidos culturales amenos y responsables.

El trabajo del comunicador-investigador se hace indispensable para la elaboración de estrategias y el diseño de herramientas que difundan contenidos y estimulen la participación de los actores locales. Estas podrán llegar en un futuro a la “formulación de un pensamiento propio al que improbablemente se llegaría sin interlocutores, presentes” (Kaplún,1998 p. 214). Pues son los actores locales a través de los representantes de estas instituciones quienes configuren el contenido y establezcan una red de trabajo autónoma que pueda sustentar el proyecto.

## MODELO OPERATIVO – METODOLOGÍA – PLAN DE ACCIÓN

Fase	Actividades	Metas	Recursos	Responsable	Tiempo
<b>Planificación</b>	Elaboración de Proyecto Reunión con un delegado de cada medio colaborador Asignar responsabilidades	Aprobar el proyecto en la Universidad Coordinar la participación de las Instituciones Organización de tiempos	Computador Internet Cámara Fotográfica	Investigador	2 Semanas
<b>Producción</b>	Crear contenido con la participación de las instituciones crear contenidos Editar las imágenes acorde a los modelos planteados	Elaborar contenido cultural para la prensa escrita radios y televisión local	Computador Internet Cámara Fotográfica Elemento de Identidad Cultural	Investigador Instituciones	2 Semanas
<b>Difusión</b>	Creación de contenidos culturales de Difusión	Difundir el contenido elaborado en los Medios e instituciones comunicativas locales participantes	Computador Internet Cámara Fotográfica Elemento de Identidad Cultural	Investigador Instituciones	2 Semanas
<b>Capacitación</b>	Capacitaciones en elaboración de contenidos culturales Capacitaciones en difusión de contenidos culturales Creación de red de trabajo Desvinculación del investigador	Formar personas con la capacidad de continuar con el proyecto por cuenta propia de las instituciones Crear una red de trabajo autónoma	Computador Internet Cámara Fotográfica Capacitadores Asistentes Refrigerios	Investigador Instituciones	2 Semanas
<b>Evaluación</b>	Evaluación Seguir la Página	Evaluar el proyecto Dar seguimiento a la Página como agente externo	Computador Internet	Investigador	2 Semanas

**Cuadro N°- 11** Modelo Operativo

**Elaborado por:** Investigador

**Fuente:** Investigación Directa

### BENEFICIARIOS Y CONDUCTAS ESPERADAS

Beneficiario	Conducta Esperada	Responsabilidad
<b>Ciudadanía Ambateña</b>	Ayuda en configuración de la red de Interacción real a través de la participación ciudadana	
<b>Universidad Técnica de Ambato</b>	Apoyo a los investigadores Agilización de trámites	Organización y planificación del proyecto Ejecución de la propuesta Asegurar la continuidad del proyecto en el tiempo Evaluación de la propuesta
<b>Medios Escritos</b>	Interés por la propuesta Interés por la situación del periodismo cultural y la responsabilidad social	Colaboración en la parte gráfica Gestión del talento humano para la continuidad del proyecto en el tiempo
<b>Medios Televisivos</b>	Interés por la propuesta Interés por la situación del periodismo cultural y la responsabilidad social	Colaboración en la creación de contenido con elementos simbólicos Gestión del talento humano para la continuidad del proyecto en el tiempo
<b>Medios Radiales</b>	Interés por la propuesta Interés por la situación del periodismo cultural y la responsabilidad social	Colaboración en la creación de contenidos radiales y musicales Gestión del talento humano para la continuidad del proyecto en el tiempo

**Cuadro N°- 12** Beneficiarios y Conductas Esperadas

**Elaborado por:** Investigador

**Fuente:** Investigación Directa

## **DESARROLLO DE TALLERES PARA FORTALECER EL INTERÉS DE LOS MEDIOS ESCRITOS, RADIALES Y TELEVISIVOS DE LA CIUDAD DE AMBATO HACIA EL PERIODISMO CULTURAL DENTRO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Se desarrollarán talleres para que los dueños y representantes legales de los medios locales revaloricen su noción de responsabilidad social. Se considera pertinente analizar parámetros como la multiculturalidad, la equidad de género, los derechos humanos y el medio ambiente; al mismo tiempo fortalecer la conciencia social, determinando contenidos para estos. También se reflexionará sobre el estado situacional actual de los medios locales respecto a los porcentajes arrojados por el estudio. De esta manera les daríamos a conocer a los dueños o representantes legales que elementos y características de la cultura local han quedado en desuso. Y se buscaría la reflexión ante todo buscando más alternativas que fortalezcan la siguiente propuesta.

Cada temática propuesta, percibe una serie de actividades que permitirán una reflexión crítica por parte de los representantes de los medios ante la posible cantidad de notas culturales que pueden ser divulgadas en el espacio destinado por cada uno de estos, si existe la verdadera conciencia por parte de estos se logrará que se valore nuestra herencia histórica cultural. Desde los parámetros nombrados en párrafos anteriores los que forman la responsabilidad social. A través de estos talleres se quiere captar la atención de los diarios, las radios y televisoras locales, para que los mensajes que se difunden respecto al periodismo cultural estén dentro de su responsabilidad social. Los talleres servirán para que los presentes adquieran una reflexión adecuada respecto a su rol dentro de la sociedad.

### **Temas:**

- El Periodismo Cultural y la ley de comunicación
- Características de la Responsabilidad Social
- La importancia de la Elaboración de productos comunicacionales culturales

Generar una apropiación cultural en los medios locales es una tarea fundamental y la mejor forma de hacerlo es educando a sus principales y comprometiéndose dentro de este objetivo. El desarrollo de los talleres estará a cargo del investigador Daniel Suárez, las que estarán

acompañadas de entretenidas dinámicas grupales, y material audiovisual. Durante la jornada se buscará la participación de los asistentes con el objetivo de que de ellos nazca el interés en los temas, al inducirles una motivación para que cuestionen las situación local respecto al periodismo cultural y su correspondiente responsabilidad. Al finalizar los talleres, en conjunto con los participantes se elaboraran mensajes edu-comunicacionales, enfocados a fortalecer la identidad local generando así reflexión.

## **Planificación Talleres**

### **Taller # 1**

#### **Tema**

El Periodismo Cultural y la ley de comunicación

#### **Objetivo**

Potenciar el periodismo cultural, como un proceso comunicativo amparado desde la ley.

#### **Fundamentación**

El propósito es que los dueños y representantes legales de los medio locales reconozcan y reflexionen de acuerdo a las cifras que se les mostrarán respecto al estudio.

#### **Estrategias**

- Presentación del grupo (integrantes y asistentes)
- Motivación: “La Tempestad” (poema local)
- Exposición de los elementos que conforman el periodismo cultural
- Conversatorio sobre la ley de comunicación respecto a esto
- Conclusiones del taller

#### **Recursos:**

- **Humanos:**

- Dueños y Representantes de los Medios escritos, radiales y televisivos

- **Materiales**

- Salón de exposiciones, Proyector de Imágenes – Laptop, Parlantes, Videos

- **Económicos**

- Recursos propios

**Responsable:** Investigador

**Tiempo:** 4 horas Evaluación: Permanente, grupal e individual

## **Taller # 2**

### **Tema**

Características de la Responsabilidad Social

### **Objetivo**

Analizar las características principales de la Responsabilidad Social

### **Fundamentación**

Se trata de entender la multiculturalidad, los derechos humanos, la equidad de género y el medio ambiente.

### **Estrategias**

- Motivación: “El Rey manda”
- Presentación de los elementos que conforman la responsabilidad social
- Exposición de reportajes enmarcados en los parámetros antes mencionados
- Conversatorio sobre la responsabilidad Social en los Medios Locales.
- Identificación y características.
- Reflexión sobre la responsabilidad social histórica que tienen los medios locales
- Extracción de mensajes y conclusiones del taller

### **Recursos:**

- **Humanos:**

- Dueños y Representantes de los Medios escritos, radiales y televisivos

- **Materiales**

- Salón de exposiciones, Proyector de Imágenes – Laptop, Parlantes, Videos

- **Económicos**

- Recursos propios

**Responsable:** Investigador

**Tiempo:** 4 horas Evaluación: Permanente, grupal e individual



### **Taller # 3**

#### **Tema**

La importancia de la Elaboración de productos comunicacionales culturales

#### **Objetivo**

Orientar a los medios de comunicación en cuanto a elaborar o diseñar productos comunicacionales propios.

#### **Fundamentación**

Por la diversidad de contenidos, por una comunicación ágil, responsable y su capacidad de expansión y difusión.

#### **Estrategias**

- Motivación: “El correo llega”
- Presentación de los contenidos técnicos respecto a producción.
- Identificación de información que genera un mayor interés cultural.
- Exposición de las herramientas digitales que permiten la elaboración de contenidos.
- Conclusiones del taller

#### **Recursos:**

- **Humanos:**

- Dueños y Representantes de los Medios escritos, radiales y televisivos

- **Materiales**

- Salón de exposiciones, Proyector de Imágenes – Laptop, Parlantes, Videos

- **Económicos**

- Recursos propios

**Responsable:** Investigador

**Tiempo:** 4 horas Evaluación: Permanente, grupal e individual

# MODELO DE PROGRAMA CULTURAL APLICABLE PARA RADIO Y TELEVISIÓN

## Tungurahua al Mundo

Conoce tu país.



### Datos:

**Responsable:** Willian Daniel Suarez Freire.

**CI:** 1804753794    **Cel. :** 0995725157    **Mail:** danissuarez5@gmail.com

**Área de Operación:** Periodismo Cultural y Asesoría en Comunicación Social.

### Nombre del programa:

Tungurahua al Mundo.

### Descripción de la estructura del programa.

Realización de un programa en la modalidad mixta, se apoyara de productos pregrabados, canciones de producción, emisiones en vivo, entrevistas, invitados especiales, vínculos con personas empresas e instituciones, se propone en su primera temporada, una hora de duración en periodicidad semanal.

### Objetivo (s).

Difundir temas enfocados en manejo del periodismo cultural acompañados de música de producción nacional, con un enfoque hacia la responsabilidad social en Tungurahua, junto a las empresas y negocios para su vinculación con la comunidad.

### Objetivos Específicos:

1. Analizar los contenidos de la información cultural, en los medios de comunicación y empresas de la provincia y su vínculo con la sociedad.

2. Identificar cuáles son los hechos, clientes y empresas potenciales, en temas culturales enmarcada en principios de responsabilidad social y aporte a la identidad local de la comunidad Tungurahuense para el mundo.

3. Establecer propuestas de comunicación en Prensa, Radio y TV, dentro del campo publicitario, y estudio de alternativas a partir de los resultados obtenidos, y evaluar los resultados deseados.

### **FORMATO, CONTENIDO Y ESTRUCTURA DEL PROGRAMA.**

**Duración del programa:** (60 minutos divididos en 4 bloques de 15 minutos, y/o 6 bloques de 10 minutos)

#### **Calendario temático:**

Ruta Agro turística Artesanal de la Provincia de Tungurahua.

#### **Recursos técnicos necesarios para su realización:**

Motivación, Creatividad, Cámaras, Grabadora de Audio, editores y periodistas, Radio para su difusión.

## ESTRUCTURA

<b>Duración</b>	<b>del</b>	<b>60 min.</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Textos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Programa</b>					
<b>Bloque 1</b>					
Gancho	de	30seg – 30seg	30seg		
Presentación					
Saludo	y	0,20seg – 1	1 min		
Presentación	de	min			
Reportaje	de	la			
Semana					
Reportaje	de	la	2 min a 3 min	3 min	
semana					
Gancho	del	0,5seg a10seg.	10 seg		
Programa					
Presentación	de	la	30seg – 30seg	1 min	
biografía del artista,					
entrevista a					
personaje y canción					
del lugar visitado en					
la semana.					
Canción	del	lugar	1,20 min – 4	4 min	
visitado	–	min			
Entrevista.					
Gancho	del	30seg a 40seg	40 seg		
Programa					
Inicio	de	Espacio	1 min a 3min.	3 min	
Publicitario					
<b>Duración</b>					
<b>del</b>					
<b>60 min.</b>					
<b>Acumulado</b>					
<b>Textos</b>					
<b>Observaciones</b>					
<b>Programa</b>					
<b>Bloque 2</b>					
Gancho	del	0,5seg a10seg.	10seg		
Programa					
Presentación	de	2 a 3 min.	3 min		
Notas importantes					
recopiladas en la					
semana. Audio					
pregrabado – Notas					
leídas. Medios					
Aleados.					
Gancho	del	0,5seg a10seg.	10seg		
Segmento.					

Presentación de Biografía de un artista o banda de producción local-nacional.	1 min a 2 min	2 min
Entrevista o canción Representativa.	2 a 4 min	4 min
Gancho de Regreso a la Difusión de la agenda cultural de la provincia y promocionales.	1 min a 2 min	2 min
Gancho del Programa	0,5seg a 10 seg	10 seg
Inicio de Espacio Publicitario.	2 min a 3 min	3 min

<b>Duración del Programa</b>	<b>60 min.</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Textos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Bloque 3</b>	<b>15 min</b>	<b>45 min</b>		
Gancho del Programa	0,5seg a 10 seg	10 seg		

Presentación de canción, y biografía de producción nacional.	2 min a 3 min	3 min
Canción	3 min a 4 min	4 min
Presentación de notas culturales a nivel nacional de medios aleados, audio y notas leídas.	1 min a 2 min	2 min
Gancho del Programa.	0,5seg a 10 seg	0,10 seg
Hablar sobre un lugar en especial de la provincia: museo, sitios o acontecimientos que marcaron historia con archivos sobre los lugares más representativos de Ambato, la	1 min a 2 min	2 min

provincia y el país.  
y compartir datos  
curiosos, .

Gancho	del	0,5seg a 10 seg	10 seg
Programa			
Presentación de una nota de audio, breve sobre la investigación o visita al actual, lugar para orientar su ubicación y promoción.	2 min a 3 min		3 min
Gancho	del	0,5seg a 10seg.	10seg
Segmento.			
Inicio el Espacio publicitario.	2 min a 3 min		3 min

**Cuadro N°- 13** Estructura

**Elaborado por:** Investigador

**Fuente:** Investigación Directa

## PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

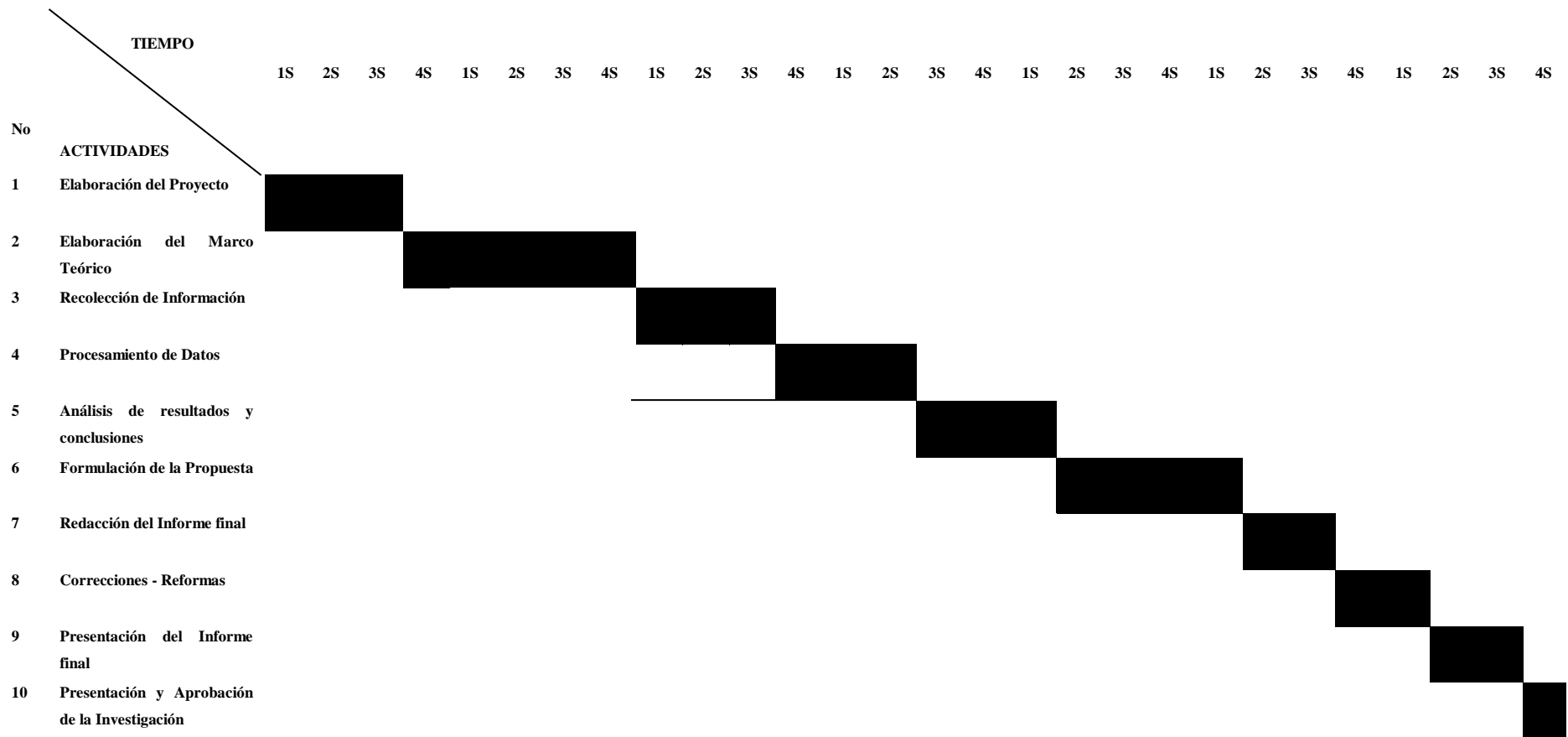
### EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMBATO.

Preguntas Básicas	Evaluación
1.- ¿Qué evaluar?	Proyecto de edu-comunicación “EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMBATO.”
2.- ¿Por qué evaluar?	Para identificar las fortalezas y debilidades. Conocer el cumplimiento del cronograma establecido.
3.- ¿Para qué evaluar?	Para analizar los alcances de la campaña edu-comunicacional y el cumplimiento de objetivos propuestos.
4.- ¿Con que criterios?	A través de los participantes y de quién realiza el estudio.
5.- ¿Indicadores?	Los medios participan activamente en la campaña y los resultados se medirán de acuerdo al número de notas periodísticas y comentarios de las mismas
6.- ¿Quién evalúa?	El Investigador
7.- ¿Cuándo evaluar?	Durante la ejecución de la propuesta. Al finalizar la ejecución de la propuesta
8.- ¿Cómo evaluar?	De acuerdo a las actividades desarrolladas y objetivos planteados.
9.- ¿Fuentes de Información?	Ciudadanía y Medios de Comunicación Ambateños
10.- ¿Con que evaluar?	Aplicación de instrumentos de investigación: entrevistas, fichas de observación

**Cuadro N°- 14** Previsión de la Evaluación

Fuente: Investigador

# CRONOGRAMA



**Cuadro N°- 15** Cronograma

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador



## BIBLIOGRAFÍA

1. Goodwin E. (1994) "Por un periodismo Independiente cómo defender la ética" Quito, Tm editores
2. Llorrente, M. Y Sierra, F. (2009) "Palabras Comprometidas". Madrid: Bibliotecanueva
3. Goffman, E. (1971) "La presentación del yo en la vida cotidiana". Buenos Aires: Planeta
4. Lévi-Strauss, C (1985) Las estructuras elementales del parentesco. Barcelona: Planeta-Agostini.
5. Espinoza, C. (2014), Redes Sociales Ecuador: Facebook pasó los 8 Millones. Ecuador: Cobertura Digital.
6. García Canclini, N. (2006) [1989] "Culturas híbridas". Sao Paulo: Edusp
7. Guillaume, P (1992) Un Paradigma urbano del Barroco. Murcia: Barroca, Murcia, 2a edición,
8. Hulteng, J. (1985) "The Messenger motives ethnicals problems" Englewood: The News Media Edit
9. Bourdieu, P. (1979) "La distinción" París: Capdevielle Edit
10. Rivera, J. (1995). "El periodismo cultural". Buenos Aires: Paidós Estudios de Comunicación.
11. Tubau, I. (1982) "Teoría y práctica del periodismo cultural". Barcelona: Editorial ATE.
12. González, C. (1996) "La revista cultural colombiana: tendencias". I Jornadas La Laguna-América sobre Comunicación Social. Tenerife. Marzo de 1996.
13. Watzlawick, P & Beavin, H & Jackson, D. (1971) (2002) Teoría de la comunicación humana, Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires: Lumen
14. Habermas, J. (1987). La Acción Comunicativa. Tomo I. Madrid: Taurus
15. Kapuscinski, R. (2002) "Los 5 sentidos del periodista". Buenos Aires: CFE edit
16. Barnhurst, L. Owens, C. (2008) "International Encyclopedia of Communication" London: Sage Ed
17. Vilches, L. (1993) "Teoría de la imagen periodística". Buenos Aires: PAIDOS
18. Weber, M. (1974) "The theory of social and economic organization". New Cork, Oxford: University Press Edt.
19. Maquiavelo, N. (1513) "El Príncipe". México Editora Nacional (1969 reedición)

20. Hegel, G. (1977) "Phylosophy of right". New York: Oxford University Press
21. Aquino T. (1259) "Suma Teológica I-II". México Editorial Edinumen (1987 reedición)
22. Antón y Barberá, F.(2008) "Medios Técnicos" Valencia: Ed. Tirant lo Blanch
23. Medina, M. (1993). "Estudios de ciencia y tecnología para la evaluación de tecnologías y la política científica" Barcelona: Anthropos
24. Shannon, C. (1987) "Historical Linguistics, 1987: Papers from the 8th International Conference" Henning Andersen, E. F. K. Koerner
25. Calabro, K., Taylor W.C. y Kapadia, A. (1996) "Pregnancy, alcohol use and the effectiveness of written health education materials". Patient Education Counseling.
26. Santiuste, V. (1990) "Teorías del lenguaje: implicaciones educativas". Madrid: Revista Complutense de Educación.
27. Wacquant, L. (1993). "From ruling class to field of power: An interview with Pierre Bourdieu, P. (1996). "La noblesse d'État. Theory, Culture and Society" Paris: State Nobility
28. Marlasca, A. (2001) "Introducción a la ética". Costa Rica: EUNED.
29. Góleman, D. (1996) "Inteligencia Emocional" Barcelona: KAIROS
30. Bleger, J. (1983) "Psicología de la Conducta". Buenos Aires: Paidós
31. Vargas, J. (2009) "El concepto de acción política en el pensamiento de Hannah Arendt". México: Eidos
32. Arendt, H. (1993) "La condición humana". Barcelona: Paidos
33. Arendt, H. (1996) "Entre el pasado y el futuro". Barcelona: Península
34. Rosenberg, M. J. (2001). "E-learning: Strategies for delivering knowledge in the digital age". New York: McGraw-Hill.
35. Castells, M. (2002). "Epílogo: Informacionalismo y la sociedad red. En: P. Himanen (Ed.), La ética del hacker y el espíritu de la era de la información". Barcelona: Destino.
36. Majó, J. Marquès, P. (2002). "La revolución educativa en la era internet". Barcelona: CissPraxis.
37. Pereda, S (1987) "Psicología Experimental. Metodología" Madrid. Pirámide
38. Sampieri, H. (2003) "Metodología de la Investigación". México. Interamericana
39. Rosental, M Ludin, P. (1979) "Diccionario filosófico". Bogotá: Ed. Los comuneros
40. Parlett, M. Hamilton, D. (1976) "Evaluation as Illumination". Beverly Hills: Sage

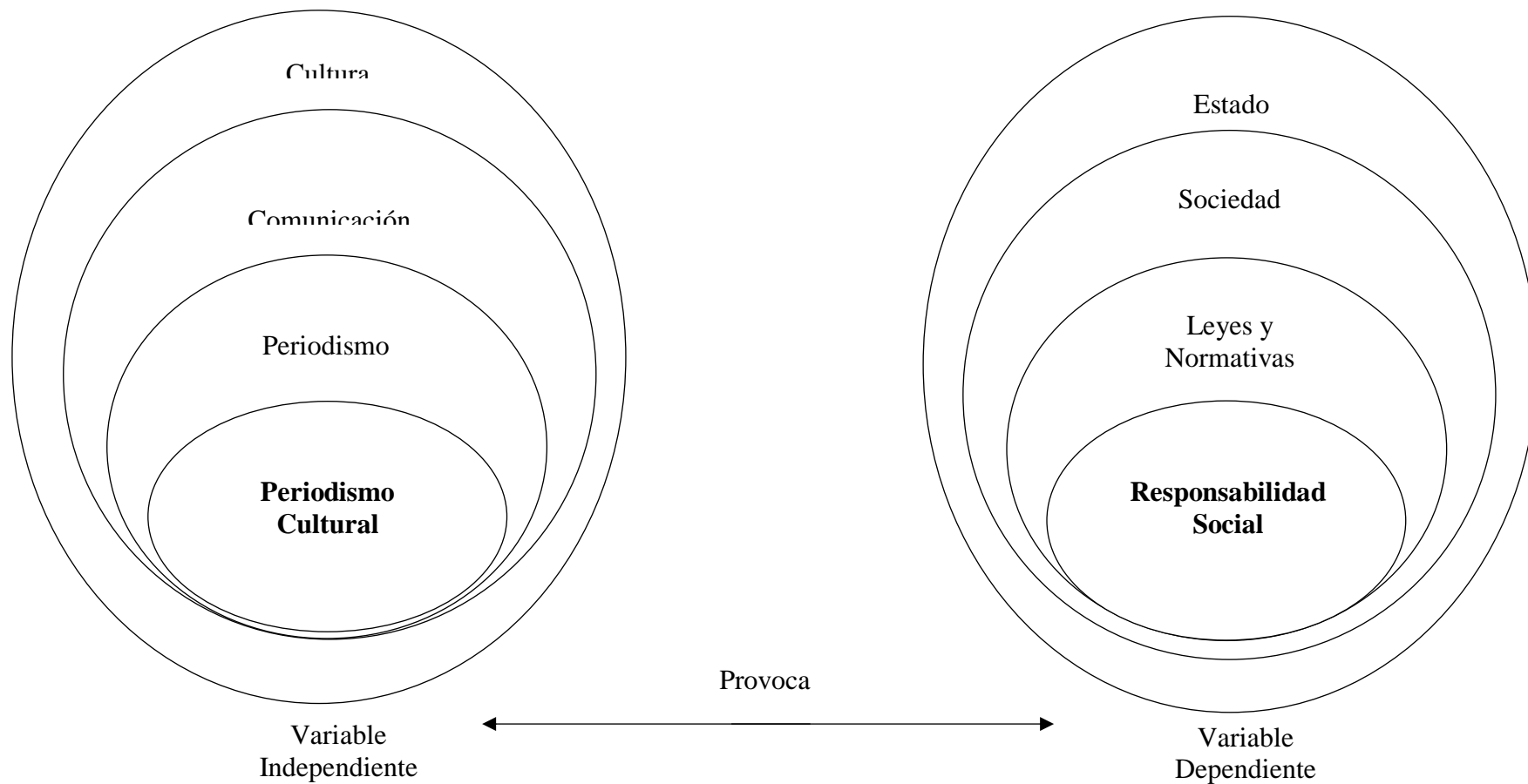
41. Santa, P. Martins, F. (2010) “Metodología de la investigación cualitativa”. Caracas: FEDUPEL
42. Sabino, C. (1992) “El proceso de investigación”. Bogotá: Ed. Panamericana, Buenos Aires: Ed. Lumen.
43. Gutiérrez, A. (1997) “Análisis y Reflexiones sobre las organizaciones voluntarias”. Valencia: Tirant to Blanch.
44. Thomson, J. (1998) “Una Teoría de los medios de Comunicación”. Buenos Aires: PAIDOS
45. Ruíz, F. (2014) “Cómo entender al periodismo : selección de la obra de Wolfgang Donsbach”. Buenos Aires : Konrad Adenauer Stiftung,
46. Lazarsfeld P. (1941). Remarks on administrative and critical communications research. Studies in Philosophy and Social Science,
47. Muñoz, E. (1989) “Necesidad y existencia del Código de moral profesional”. Revista de Filosofía Universidad de Costa Rica.
48. Wanjiru, C. (1999) La ética de la profesión docente. Estudio introductorio a la deontología de la educación. Navarra: EUNSA.
49. Champagne, P. (1998) “La Doble Dependencia, algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y el periodismo” Barcelona: GEDISA
50. Hutchins, R. (1947). “Commission on Freedom of the Press Chicago”. University of Chicago Press.
51. Schwalb, M. y Malca, O. (2005). “Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad empresarial y desarrollo sostenible”. Lima: Universidad del Pacífico.
52. García Canclini, N. (1997), “Imagina- ríos urbanos”. Buenos Aires: Eudeba.
53. Gilroy, P. (1998). “Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad”. Barcelona, Paidos.
54. Ballesteros, J., y Pérez, J. (1997). “Sociedad y Medio Ambiente”. Madrid: Editorial Trotta Serie Me- dio Ambiente
55. Kaplún, M. (1998). “Una pedagogía de la comunicación”. Madrid Ediciones de la Torre
56. Serrano, M. (2008) Prólogo para La mediación social en la era de la globalización Madrid: Akal
57. Cruz, P. Y Rosero, S. (2012) “ El periodismo cultural en los medios ecuatorianos”. Quito: Quipus

## LINKOGRAFÍA

1. [http://www.cordicom.gob.ec/informacion\\_rpm/](http://www.cordicom.gob.ec/informacion_rpm/) (CORDICOM ECUADOR 2015)
2. <https://www.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>
3. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/periodismo/perculturalper/02.htm>
4. <http://www.saladeprensa.org/art529.htm>
5. [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801\\_AMBTO\\_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBTO_TUNGURAHUA.pdf) (INEC 210)
6. [http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com\\_docman&view=download&category\\_slug=publications&alias=49-proyeccion-de-la-poblacion-por-provincias-cantones-y-parroquias-segun-grupos-programaticos&Itemid=599&lang=en](http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=publications&alias=49-proyeccion-de-la-poblacion-por-provincias-cantones-y-parroquias-segun-grupos-programaticos&Itemid=599&lang=en) (INEC 2010)

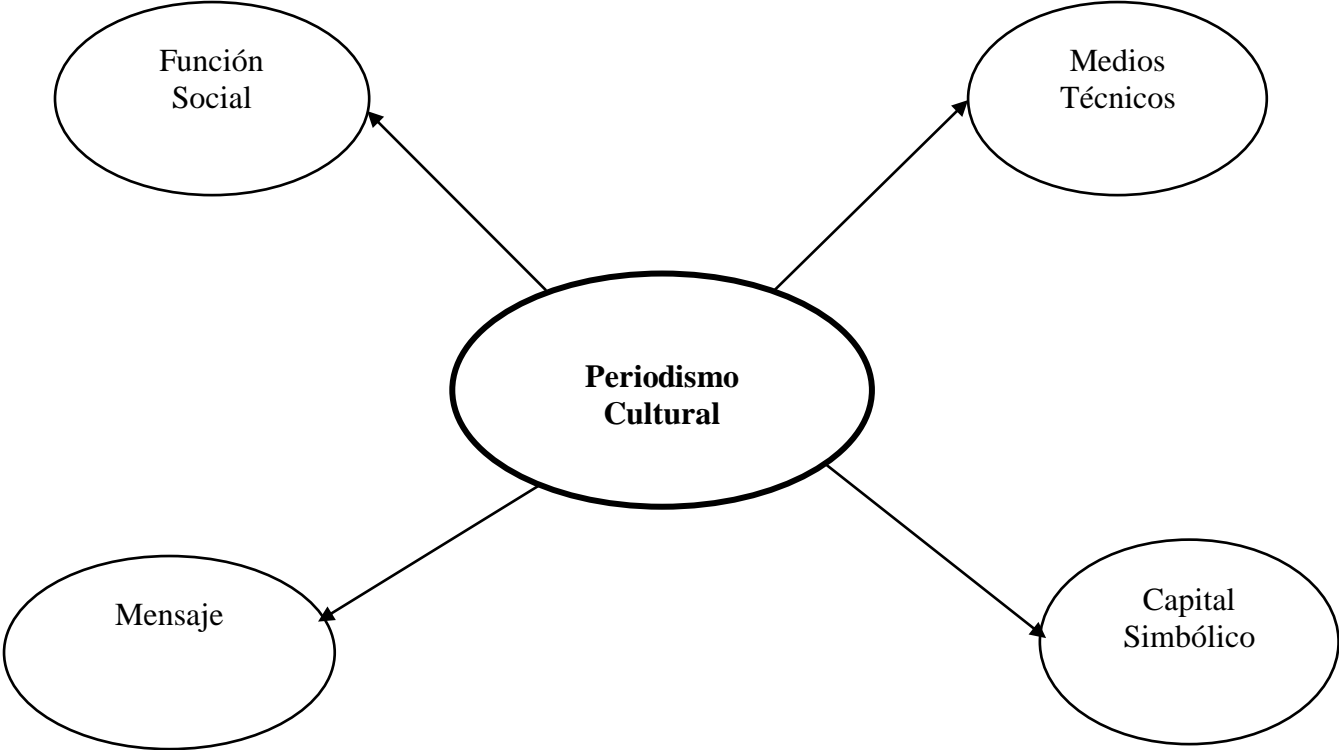
**ANEXOS**

**Categorías Fundamentales**



Fuente: Investigador  
Elaboración: Daniel Suarez

**Constelación de Ideas de la Variable Independiente**



Fuente: Investigador  
Elaboración: Daniel Suarez

**Constelación de Ideas de la Variable Dependiente**

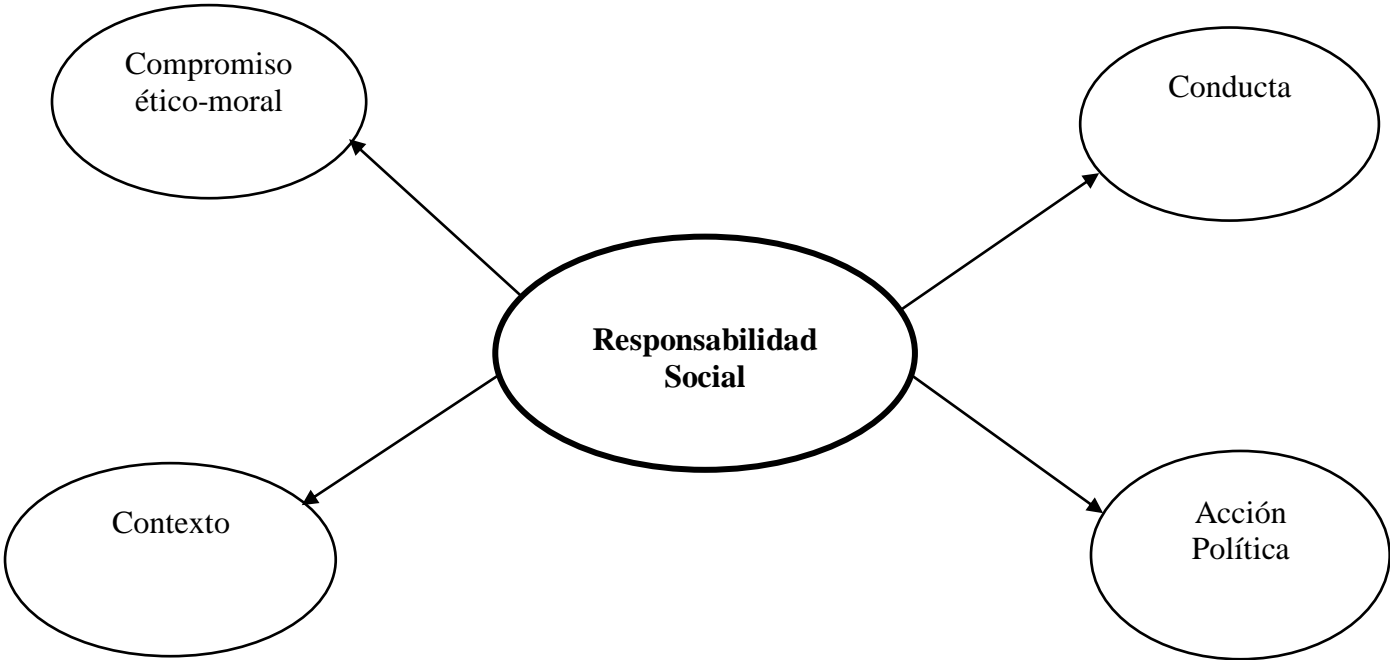


Gráfico  
Fuente: Investigador  
Elaboración: Daniel Suarez



**RESULTADOS ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE AMBATO**  
**EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN**  
**AMBATO.**

<b>1. Medios locales respecto a señal y recursos</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Buenos	71	26%
Regulares	130	48%
Malos	71	26%
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>
<b>2. Mensaje manejado por los medios locales</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Cultural	82	30%
Mercantil	120	44%
NSNC	70	26%
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>
<b>3. Creencia de la ciudadanía respecto al manejo ético del periodismo cultural</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	161	59%
No	50	18%
NSNC	61	23%
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>
<b>4. Enfoque de los medios locales</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Informar	102	38%
Formar	0	0%
Entretener	170	62%
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>
<b>5. Afectación en la conducta cultural producto de contenidos y programación</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>

SI	250	92%
NO	22	8%
NSNC	0	0%
<b>Total</b>	272	100%
<b>6. Manejo político social por parte de los medios ?</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	240	88%
No	32	12%
NSNC	0	0%
<b>Total</b>	272	100%
<b>7. Porcentaje de reportajes e información cultural en los medios locales</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Alto	0	0%
Bajo	272	100%
Nulo	0	0%
<b>Total</b>	272	100%
<b>8. Deber de los medios a futuro</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Informar	101	37%
Formar	171	63%
Entretener	0	0%
<b>Total</b>	272	100%

**PORCENTAJES DE TEMÁTICAS CULTURALES EN LOS MEDIOS DEL  
CANTÓN AMBATO (PERIÓDICOS)**

**EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN  
AMBATO.**

<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Heraldo)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	702	77%
Notas Culturales	211	23%
<b>Total de Notas</b>	<b>913</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (Heraldo)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	126	60%
Secundaria	64	30%
Terciaria	21	10%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>
<b>3. Procedencia de la nota cultural (Heraldo)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	195	92%
Nacional	10	5%
Internacional	6	3%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>
<b>4. Campo cultural de la nota (Heraldo)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	141	67%
Artes Plásticas	18	9%
Música Tradicional	4	2%
Artes Escénicas	47	22%
Cine	1	0%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

<b>5. Género periodístico utilizado (Heraldo)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	140	66%
Nota Breve	19	9%
Entrevista	6	3%
Reportaje	43	20%
Editorial	3	2%
Caricatura	0	0%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>
<b>6. Noción cultural de la nota (Heraldo)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	61	29%
Masiva	44	21%
Popular	46	22%
Patrimonio	60	28%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	202	97%
Derechos Humanos	3	1%
Equidad de Género	3	1%
Medio Ambiente	3	1%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Ambateño)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	701	88%
Notas Culturales	96	12%
<b>Total de Notas</b>	<b>797</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (Ambateño)</b>		

<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	56	58%
Secundaria	7	7%
Terciaria	33	35%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>
<b>3. Procedencia de la nota cultural (Ambateño)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	70	73%
Nacional	25	26%
Internacional	1	1%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>
<b>4. Campo cultural de la nota (Ambateño)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	68	71%
Artes Plásticas	6	6%
Música Tradicional	1	1%
Artes Escénicas	21	22%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>
<b>5. Género periodístico utilizado (Ambateño)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	23	24%
Nota Breve	22	23%
Entrevista	6	6%
Reportaje	44	46%
Editorial	0	0%
Caricatura	1	1%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>
<b>6. Noción cultural de la nota (Ambateño)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>

Culta	23	24%
Masiva	6	6%
Popular	30	31%
Patrimonio	37	39%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	93	97%
Derechos Humanos	1	1%
Equidad de Género	1	1%
Medio Ambiente	1	1%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (La Hora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	547	86%
Notas Culturales	86	14%
<b>Total de Notas</b>	<b>633</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (LaHora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	57	66%
Secundaria	22	26%
Terciaria	7	8%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
<b>3. Procedencia de la nota cultural (LaHora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	73	85%
Nacional	10	12%
Internacional	3	3%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

<b>4. Campo cultural de la nota (LaHora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	57	66%
Artes Plásticas	8	9%
Música Tradicional	1	1%
Artes Escénicas	20	24%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
<b>5. Género periodístico utilizado (LaHora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	37	43%
Nota Breve	12	14%
Entrevista	4	5%
Reportaje	33	38%
Editorial	0	0%
Caricatura	0	0%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
<b>6. Noción cultural de la nota (LaHora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	22	26%
Masiva	29	33%
Popular	11	13%
Patrimonio	24	28%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	84	98%
Derechos Humanos	0	0%
Equidad de Género	2	2%
Medio Ambiente	0	0%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

<b>Porcentaje de notas periodísticas desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Heraldo, Ambateño, La Hora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas Periodísticas Generales	1950	83%
Notas Culturales	393	17%
<b>Total de Notas</b>	<b>2343</b>	<b>100%</b>
<b>Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Heraldo, Ambateño, La Hora)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Heraldo	211	54%
Ambateño	96	24%
La Hora	86	22%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>

## **PORCENTAJES DE TEMÁTICAS CULTURALES EN LOS MEDIOS DEL CANTÓN AMBATO (TELEVISIÓN)**

### **EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMBATO.**

<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Unimax)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	148	63%
Notas Culturales	88	37%
<b>Total de Notas</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (Unimax)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	76	86%
Secundaria	12	14%
Terciaria	0	0%
Otra	0	0%



<b>Total de notas Culturales</b>	88	100%
<b>3. Procedencia de la nota cultural (Unimax)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	61	69%
Nacional	27	31%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	88	100%
<b>4. Campo cultural de la nota (Unimax)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	58	65%
Artes Plásticas	5	6%
Música Tradicional	10	11%
Artes Escénicas	15	18%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	88	100%
<b>5. Género periodístico utilizado (Unimax)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	45	51%
Nota Breve	6	7%
Entrevista	2	2%
Reportaje	35	40%
<b>Total</b>	88	100%
<b>6. Noción cultural de la nota (Unimax)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	8	9%
Masiva	32	36%
Popular	23	26%
Patrimonio	25	29%
<b>Total</b>	88	100%
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		

<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	66	75%
Derechos Humanos	3	3%
Equidad de Género	3	3%
Medio Ambiente	14	19%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Ambavisión)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	260	77%
Notas Culturales	79	23%
<b>Total de Notas</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (Ambavisión)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	74	94%
Secundaria	4	5%
Terciaria	1	1%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>
<b>3. Procedencia de la nota cultural (Ambavisión)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	51	65%
Nacional	28	35%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>
<b>4. Campo cultural de la nota (Ambavisión)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	44	56%
Artes Plásticas	13	16%
Música Tradicional	7	9%
Artes Escénicas	15	19%

Cine	0	0%
<b>Total</b>	79	100%
<b>5. Género periodístico utilizado (Ambavisión)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	35	44%
Nota Breve	12	15%
Entrevista	0	0%
Reportaje	32	41%
<b>Total</b>	79	100%
<b>6. Noción cultural de la nota (Ambavisión)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	0	0%
Masiva	27	34%
Popular	22	28%
Patrimonio	30	38%
<b>Total</b>	79	100%
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	61	77%
Derechos Humanos	3	4%
Equidad de Género	2	3%
Medio Ambiente	9	11%
No aplica	4	5%
<b>Total</b>	79	100%

<b>Porcentaje de notas periodísticas desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Unimax y Ambavisión)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas Periodísticas Generales	408	71%
Notas Culturales	167	29%
<b>Total de Notas</b>	575	100%
<b>Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (Unimax y Ambavisión)</b>		

<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Unimax	88	53%
Ambavisión	79	47%
<b>Total de notas Culturales</b>	167	100%

## **PORCENTAJES DE TEMÁTICAS CULTURALES EN LOS MEDIOS DEL CANTÓN AMBATO (RADIO)**

### **EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMBATO.**

<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Centro)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	113	63%
Notas Culturales	65	37%
<b>Total de Notas</b>	178	100%
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (R. Centro)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	62	95%
Secundaria	3	5%
Terciaria	0	0%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	65	100%
<b>3. Procedencia de la nota cultural (R. Centro)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	54	83%
Nacional	11	17%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	65	100%
<b>4. Campo cultural de la nota (R. Centro)</b>		

<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	42	65%
Artes Plásticas	4	6%
Música Tradicional	4	6%
Artes Escénicas	15	23%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	65	100%
<b>5. Género periodístico utilizado (R. Centro)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	49	75%
Nota Breve	5	8%
Entrevista	0	0%
Reportaje	11	17%
<b>Total</b>	65	100%
<b>6. Noción cultural de la nota (R. Centro)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	10	15%
Masiva	27	42%
Popular	16	25%
Patrimonio	12	18%
<b>Total</b>	65	100%
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	53	82%
Derechos Humanos	5	8%
Equidad de Género	0	0%
Medio Ambiente	7	10%
<b>Total</b>	65	100%
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Ambato)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	80	53%
Notas Culturales	70	47%

<b>Total de Notas</b>	150	100%
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (R. Ambato)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	68	98%
Secundaria	1	1%
Terciaria	1	1%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	70	100%
<b>3. Procedencia de la nota cultural (R. Ambato)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	60	86%
Nacional	10	14%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	70	100%
<b>4. Campo cultural de la nota (R. Ambato)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	41	59%
Artes Plásticas	5	7%
Música Tradicional	10	14%
Artes Escénicas	12	17%
Cine	2	3%
<b>Total</b>	70	100%
<b>5. Género periodístico utilizado (R. Ambato)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	57	81%
Nota Breve	2	3%
Entrevista	0	0%
Reportaje	11	16%
<b>Total</b>	70	100%

<b>6. Noción cultural de la nota (R. Ambato)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	9	13%
Masiva	29	41%
Popular	15	21%
Patrimonio	17	25%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota (R. Ambato)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	68	98%
Derechos Humanos	1	1%
Equidad de Género	0	0%
Medio Ambiente	1	1%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Amor)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	78	57%
Notas Culturales	59	43%
<b>Total de Notas</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (R. Amor)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	50	85%
Secundaria	9	15%
Terciaria	0	0%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>
<b>3. Procedencia de la nota cultural (R. Amor)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	45	76%
Nacional	14	24%

Internacional	0	0%
<b>Total</b>	59	100%
<b>4. Campo cultural de la nota (R. Amor)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	32	54%
Artes Plásticas	6	10%
Música Tradicional	0	0%
Artes Escénicas	21	36%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	59	100%
<b>5. Género periodístico utilizado (R. Amor)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	25	42%
Nota Breve	20	34%
Entrevista	0	0%
Reportaje	14	24%
<b>Total</b>	59	100%
<b>6. Noción cultural de la nota (R. Amor)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	11	19%
Masiva	5	8%
Popular	24	41%
Patrimonio	19	32%
<b>Total</b>	59	100%
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota (R. Amor)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	57	97%
Derechos Humanos	2	3%
Equidad de Género	0	0%
Medio Ambiente	0	0%
<b>Total</b>	59	100%



<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Caracol)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	70	77%
Notas Culturales	41	23%
<b>Total de Notas</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (R. Caracol)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	26	63%
Secundaria	15	37%
Terciaria	0	0%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>
<b>3. Procedencia de la nota cultural (R. Caracol)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	41	100%
Nacional	0	0%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>
<b>4. Campo cultural de la nota (R. Caracol)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	31	76%
Artes Plásticas	2	5%
Música Tradicional	1	2%
Artes Escénicas	7	17%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>
<b>5. Género periodístico utilizado (R. Caracol)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>

Noticia	21	51%
Nota Breve	20	49%
Entrevista	0	0%
Reportaje	0	0%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>
<b>6. Noción cultural de la nota (R. Caracol)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	2	5%
Masiva	16	39%
Popular	18	44%
Patrimonio	6	12%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	40	97%
Derechos Humanos	1	1%
Equidad de Género	0	1%
Medio Ambiente	0	1%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Alegría)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	44	77%
Notas Culturales	30	23%
<b>Total de Notas</b>	<b>74</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (R. Alegría)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	26	87%
Secundaria	4	13%
Terciaria	0	0%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

<b>3. Procedencia de la nota cultural (R. Alegría)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	30	100%
Nacional	0	0%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	30	100%
<b>4. Campo cultural de la nota (R. Alegría)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	13	43%
Artes Plásticas	0	0%
Música Tradicional	1	4%
Artes Escénicas	16	53%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	30	100%
<b>5. Género periodístico utilizado (R. Alegría)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	0	0%
Nota Breve	30	100%
Entrevista	0	0%
Reportaje	0	0%
<b>Total</b>	30	100%
<b>6. Noción cultural de la nota (R. Alegría)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	0	0%
Masiva	9	30%
Popular	16	53%
Patrimonio	5	17%
<b>Total</b>	30	100%
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>

Multiculturalidad	29	97%
Derechos Humanos	1	3%
Equidad de Género	0	0%
Medio Ambiente	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Bandida)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	87	77%
Notas Culturales	25	23%
<b>Total de Notas</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (R. Bandida)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	16	64%
Secundaria	9	36%
Terciaria	0	0%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>
<b>3. Procedencia de la nota cultural (R. Bandida)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	25	100%
Nacional	0	0%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>
<b>4. Campo cultural de la nota (R. Bandida)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	16	64%
Artes Plásticas	0	0%
Música Tradicional	2	8%
Artes Escénicas	7	28%
Cine	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

<b>5. Género periodístico utilizado (R. Bandida)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Noticia	1	2%
Nota Breve	24	98%
Entrevista	0	0%
Reportaje	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>
<b>6. Noción cultural de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	0	0%
Masiva	6	24%
Popular	14	56%
Patrimonio	5	20%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>
<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	25	100%
Derechos Humanos	0	0%
Equidad de Género	0	0%
Medio Ambiente	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>
<b>1. Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas en General	4	3%
Notas Culturales	135	97%
<b>Total de Notas</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>
<b>2. Jerarquía de la nota cultural (R. Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	135	100%

Secundaria	0	0%
Terciaria	0	0%
Otra	0	0%
<b>Total de notas Culturales</b>	135	100%
<b>3. Procedencia de la nota cultural (R. Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	45	34%
Nacional	45	33%
Internacional	45	33%
<b>Total</b>	135	100%
<b>4. Campo cultural de la nota (R. Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Patrimonio	34	25%
Artes Plásticas	33	24%
Música Tradicional	33	24%
Artes Escénicas	33	25%
Cine	2	2%
<b>Total</b>	135	100%
<b>5. Género periodístico utilizado (R. Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Productos Culturales (Cortos)	135	100%
<b>Total</b>	135	100%
<b>6. Noción cultural de la nota (R. Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Culta	67	50%
Masiva	0	0%
Popular	0	0%
Patrimonio	68	50%
<b>Total</b>	135	100%

<b>7. Noción de responsabilidad social de la nota</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Multiculturalidad	34	25%
Derechos Humanos	33	25%
Equidad de Género	33	25%
Medio Ambiente	33	25%
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100%</b>

<b>Porcentaje de notas periodísticas desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Centro, Ambato, Amor, Caracol, Alegría, Bandida e Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Notas Periodísticas Generales	476	53%
Notas Culturales	425	47%
<b>Total de Notas</b>	<b>901</b>	<b>100%</b>
<b>Porcentaje de notas culturales desde el 15-02-2017 hasta 01-03-2017 (R. Centro, Ambato, Amor, Caracol, Alegría, Bandida e Identidad)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
R. Centro	65	15%
R. Ambato	70	16%
R. Amor	59	14%
R. Caracol	41	10%
R. Alegría	30	7%
R. Bandida	5	1%
R. Identidad	135	37%
<b>Total de notas Culturales</b>	<b>425</b>	<b>100%</b>

**PAPER DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN  
AMBATO. (Artículo Científico)

---

**Autor:**

William Daniel Suarez Freire.



# **EL PERIODISMO CULTURAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMBATO**

**Daniel Suarez**

**Resumen:** Estudia el tratamiento dado al periodismo cultural en los medios de comunicación del cantón Ambato, así como referenciar la responsabilidad social ejercida en el cumplimiento de las responsabilidades comunes, e ítem promulgados en la Ley Orgánica de Comunicación. Determina temáticas como: la producción de contenidos que promueven la cultura, los valores identitarios y su espacio de difusión en los medios televisivos, radiales y escritos, presentes en Ambato durante el mes de Febrero del 2017. Contiene el análisis del problema desde el enfoque cuali-cuantitativo, pues mediante evaluación y monitoreo a transmisiones aleatorias en programas y suplementos culturales, grabados de la tv, radio y documentos físicos de periódicos locales, como parte de la investigación, además su fundamentación mediante encuestas y entrevistas sobre periodismo cultural con características de responsabilidad social, en las audiencias y comunicadores de la provincia de Tungurahua. Se concluye que la diversidad de contenidos en los medios locales se justifica supuestamente por su pluralismo, existiendo entre ellos un concepto tácito y denominador común que los convierte solo en reproductores de temas inoperantes sirviendo solo a sus intereses corporativos.

**Palabras clave:**

PERIODISMO CULTURAL/ RESPONSABILIDAD SOCIAL/ MEDIACIÓN Y  
PRODUCCIÓN SIMBÓLICA/ TRATAMIENTO PERIODÍSTICO/  
REPRESENTACIONES SOCIALES/ MULTICULTURALIDAD/ VALORES  
IDENTITARIOS/ READAPTACIONES CULTURALES/.

**Abstract:**

**Key words:**

## INTRODUCCIÓN

Más que periodismo imparcial lo que hace falta es un periodismo honesto, responsable y sensible. Las plataformas políticas siguen ocupando el primer lugar en los espacios principales de la programación habitual, y tiraje de los medios, se cubren eventos que organizan las instituciones públicas respecto a: fechas conmemorativas, feriados nacionales, celebraciones, gastronomía, talk shows, concursos de talento, entrevistas a personajes o figuras mediáticas que forman parte del acontecer noticioso; ocasionando un notable descuido en el tratamiento del periodismo direccionado a la cultura. La comunicación y los procesos de relaciones sociales con responsabilidades compartidas, en el Ecuador son importantes en el estudio del periodismo cultural y su desarrollo a través de la historia. La realidad nacional en la actualidad referente al periodismo cultural es amplia y permite valorar si se trata de solo cumplir con cierto espacio de contenido intercultural o si verdaderamente se está cumpliendo con los, artículos dispuestos en la (Constitución Del Ecuador 2008) y (Ley de Comunicación 2013), en base a principios de plurinacionalidad y multiculturalidad con responsabilidad social.

El estudio de la investigación se realiza en la ciudad de Ambato capital de la provincia del Tungurahua en Ecuador. (Pamela Cruz y Santiago Rosero 2012) mencionan que todos los días solo una parte de la multiplicidad de expresiones, experiencias y prácticas urbanas, populares, urbanas y rurales se difunden en la radio la televisión y la prensa del país; por lo tanto ¿se puede hablar de información consolidada y espacios institucionalizados para la misma en ciudades pequeñas y con pocos medios locales? (Goodwin 1994 p. 12) habla acerca de consideración que debe de tener respecto a la “teoría de la responsabilidad social de la prensa” como una posible base para un sistema de ética periodística. Se visibiliza cada vez más lo necesario de asumir con responsabilidad social y ética temas referentes a nuestra cultura para que se masifiquen llegando con mayor alcance a la sociedad. En la actualidad los medios ambateños manejan niveles considerados bajos respecto a contenidos periodísticos que tengan que ver con la cultura.

(Francisco Sierra 2009) en su teoría de “El Mediocentrismo” señala que se debe dejar paso a una lectura más crítica y una renovación de la lógica y las mediaciones simbólicas sociales de acuerdo a los procesos culturales. Esta visión exige superar las interpretaciones mediocéntricas de la comunicación al uso en sociedades dominadas por la industrialización y capitalización del conocimiento y la cultura. Si comprendemos que los reportajes culturales son rituales y procesos de comunicación de acuerdo al contexto y la situación donde éstos se emplean. El presente trabajo está sustentado en la metodología cuali-cuantitativa a partir de la modalidad de análisis e interpretación. Entre los instrumentos y técnicas de investigación se destacan: La encuesta y análisis de contenidos informativos en temas culturales difundidos en la ciudad de Ambato, para determinar los posibles factores que ocasionan, la escases de productos comunicacionales que divulguen la historia de la cultura local, la expresión popular. Además la revisión

bibliográfica documental en donde fueron consultados autores como: Francisco Sierra (2009), Pamela Cruz-Santiago Rosero (2012), Kapuscinski (2003), Goodwin (1994), Vilchez (1993). Se trabajó con el enfoque cuali-cuantitativo con un paradigma crítico propositivo.

## **ANTECEDENTES E INVESTIGACIONES PREVIAS**

La información obtenida desde el Registro Público de Medios, arroja interesantes resultados respecto a la programación y contenidos de los medios de comunicación a nivel nacional, en temas como: clasificación del contenido, tipo de producción, origen del contenido, clasificación de audiencia franja horaria y audiencia objetivo. (CORDICOM 2015). Actualmente, observamos que los medios televisivos poseen en la parrilla de programación, en su mayoría, contenidos de tipo Entretenimiento, siendo este el mayor porcentaje de transmisión con el 40% sobre el total de la programación existente a nivel nacional; seguido por los contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural, que representan el 28%, quedando muy por debajo del parámetro establecido en la Ley Orgánica de Comunicación en su Art. 8, donde indica que los medios de comunicación deberán transmitir prevalentemente contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural.

Este mismo fenómeno se puede observar en los medios radiales, los contenidos de Entretenimiento acumulan el 48% y los contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural apenas el 26%. Para los medios impresos y portales informativos en internet existe una variación con respecto del tipo de contenido, si bien es cierto tampoco se cumple con lo requerido en la Ley de Comunicación, la prevalencia de contenidos que poseen estos medios de comunicación se enfoca más al de tipo Informativo representado por el 53%; y de la misma manera se mantiene en segundo lugar los contenidos de tipo Formativo / Educativo / Cultural con el 14%. Otro dato interesante de resaltar es el Tipo de Producción y el Origen de Contenido, donde se visibiliza que los medios cuentan mayoritariamente con programas, cuya producción es propia del medio de comunicación y adicionalmente su origen es de Producción Nacional, en los medios audiovisuales. Se puede observar que más del 70% de los contenidos en Radio, son producidos por los propios medios de comunicación, teniendo una relación directamente proporcional con la Producción Nacional. Misma dinámica se presenta con la Televisión, donde los contenidos producidos por los propios medios de comunicación representan algo más del 40%.

Los medios impresos muestran la misma tendencia que la radio, respecto al origen de sus contenidos, el 72% son de producción propia. Es importante considerar dentro de estos resultados hacia qué audiencia o público enfocan principalmente su programación. La información muestra que en general los medios de comunicación inclinan sus contenidos a público diverso, más del 70% de contenidos son para todo público. Este dato guarda relación directa con la franja horaria en la que se transmite la programación, debido a que en promedio el 70% de contenidos se encuentran en franja familiar. Por otro lado se nota una mínima proporción de contenidos exclusivos para el tipo de audiencia:

adultos mayores / jóvenes / niños, niñas y adolescentes, que en conjunto representan menos del 15% entre Radio y Televisión.

El Cantón Ambato en la provincia de Tungurahua, por su localización geográfica, desarrollo comercial y social en el centro del país, propicia las actividades de varias personas y culturas de diferentes sitios del Ecuador y del mundo, dentro de su red de medios de comunicación, cuenta con un gran número de empresas de comunicación, entre las que destacan 24 radioemisoras privadas y 2 públicas 3 diarios de los cuales solo dos están inscritos en la lista del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación además de 4 revistas, dos estaciones de televisión y finalmente dos portales informativos en internet. (CORDICOM 2015). En la actualidad Ambato cuenta con 200.000 usuarios (Espinoza, 2014) en el servicio de televisión por cable y acceso a internet, lo cual facilita el acceso a los medios de información, referente a la radiodifusión tiene tendencias marcadas, existen espacios de noticiero en todas las franjas horarias su principal actividad es en ocasiones leer diarios locales y unas pocas noticias que se cubren por los reporteros locales, es característica de la radio local los programas deportivos combinados con notas de farándula, comentarios, concursos e intervenciones de la audiencia, hay poca investigación y son repetitivos los programas educativos y de música nacional.

MARÍA GABRIELA ZAMBRANO MORALES y ORLANDO VILLALOBOS FINOL (2010) en el artículo científico publicado por la Universidad FLACSO Ecuador con el tema “Presencia del periodismo cultural y del espectáculo en la prensa” en donde se plantea los resultados obtenidos en el periodismo cultural y el área del espectáculo donde se evidencia la ausencia y el despego total con las corrientes culturales-artísticas. Además concluye que todavía no existen criterios claros para asignar la distribución de espacios, aunque casi siempre el espectáculo es el que ocupa los cuadrantes con más relevancia y el periodismo cultural suele estar colocado en lugares cuyos nombres o clasificaciones no corresponden con el contenido del caso, lo cual origina más imprecisión y que sea confundido con el espectáculo o viceversa en este último es común encontrar que la mayoría de sus casos son meros hechos informativos, lo que también se observa en las notas de cultura. En cambio, el periodismo cultural ideal ha de poseer un contenido educativo, interpretativo.

## **METODOLOGÍA**

El enfoque socio-analítico mira al periodismo cultural como un subcampo periodístico especializado porque aborda determinadas estructuras y condiciona ciertas formas de funcionamiento interno. Para (Rosental y Ludin 1979 p. 11) “el análisis desempeña un importante papel en el proceso de la cognición humana dándose en todos los estadios de la misma”. Metodológicamente se traza un formato de análisis de contenidos de los diarios, radios y televisión locales; la evaluación se dará dentro de nociones como coyuntura, relacionamiento, manejo y jerarquización de la información y niveles de análisis. En el cantón Ambato donde se realiza la investigación; se propone un diseño que

analice contenidos enfocados y no de carácter cultural para comprender cómo los medios de información locales producen determinadas representaciones sobre la cultura. El trabajo científico tiene como finalidad esencial el establecimiento de leyes generales que se rigen los fenómenos sociales. En el caso de las investigaciones periodísticas-culturales trata de explicar y predecir las conductas de los sujetos implicados en los fenómenos comunicativos.

## **Modalidad básica de la Investigación**

### **De Campo**

En la investigación de campo las técnicas a utilizarse son la encuesta y el formato de análisis el cual posee cuatro niveles de acercamiento: datos de identificación, despliegue, características de la información y análisis de nociones (Cruz y Rosero 2012 p. 233). La encuesta que en su desarrollo no presenta mayor complejidad y por ende los resultados que arrojan son de fácil interpretación y análisis; siendo llenada así por la muestra arrojada. Mientras que el formato será aplicado a dos semanas de publicaciones y programación de radios, periódicos y televisión ambateños. La unidad de análisis contendrá distintos niveles de información donde irán: (para los diarios) el titular, el cuerpo discursivo y los elementos iconográficos cada una estará delimitada gráficamente para evitar confusiones. (radio y televisión) nombre del programa, discurso, contenido y manejo de información cultural.

### **Bibliográfica Documental**

Es el paso número uno en la estructura de una investigación científica en la cual se analizará toda la información escrita que sea posible y que estese al alcance, a través de una minuciosa lectura científica y la realización de resúmenes de diferentes documentos como tesis de grado, libros, revistas y artículos científicos, entre otras, las mismas que permitan hacer un vínculo entre los antecedentes históricos y lo actual.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

Para la presente investigación tenemos una delimitación: La población de estudio para esta investigación (encuesta) la constituyen 272 habitantes del cantón Ambato capital de la provincia del Tungurahua en la república de Ecuador. La muestra consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto o subconjunto de la población, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio. También se pone en consideración de acuerdo al análisis mediante el formato establecido en la investigación el tratamiento del número total de diarios y canales de televisión de la localidad. En el caso de las radios se decide tomar una muestra tomando en consideración el número de radios existentes “26” (CORDICOM 2015) sus distintas

programaciones y el tiempo planteado en el proyecto; para lo cual se operara con la fórmula establecida para la población.

El cantón Ambato cuenta con 19 parroquias. Representa el 30.1% del territorio de la provincia de Tungurahua (aproximadamente 1.0 mil km<sup>2</sup> de territorio). Tiene una población de 329.9 mil hab. (65.4% respecto a la provincia de Tungurahua). Urbana corresponde al 50.1% y rural el 49.9%. Teniendo las mujeres un porcentaje de 51.5 % y los hombres un porcentaje de 48.5%. Mientras que la PEA está en 60%. (INEC 2010). La ciudad tiene un importante número de empresas de comunicación, entre las que destacan 24 radioemisoras privadas y 2 públicas 3 diarios de los cuales solo dos están inscritos en la lista del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación además de dos estaciones de televisión y finalmente dos portales informativos en internet. (CORDICOM 2015)

Cuadro N° 1

<b>Unidades de Observación</b>	<b>Número</b>
Hombres y Mujeres de 15 a 60 años	272
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>

Cuadro N° 2

<b>Unidades de Observación</b>	<b>Número</b>
Canales de TV locales	2
Diarios	3
Radios	8
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>

Fuente: Investigador

Elaboración: Daniel Suarez

### **Simbología**

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad de éxito (si se desconoce p=0.5)

q= Probabilidad no ocurrencia (q=1-p)

z= Nivel de confianza (95%)

E= Error admisible

### **Datos:**

N=228.859

$\alpha = 0,5$   
 $Z = 1,65$   
 $E = 0,05$   
 $P = 0,5$   
 $q = 0,5$

**Calculo**

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{155.768}{572,681}$$

$$n = 271,9$$

**272  
ENCUESTAS**

### **Simbología**

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad de éxito (si se desconoce  $p=0.75$ )

q= Probabilidad no ocurrencia ( $q=1-p$ )

z= Nivel de confianza (95%)

E= Error admisible

### **Datos:**

N=26

$\alpha = 0,5$

Z = 1,65

E = 0,05

P= 0,75

q= 0,25

**Calculo**

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{13,3}{0,575}$$

$$n = 7,4$$

**7 Radios**

Para seleccionar la muestra de 272 personas y 8 radios se empleó el procedimiento de muestreo aleatorio por conglomerado.

## Periodismo Cultural

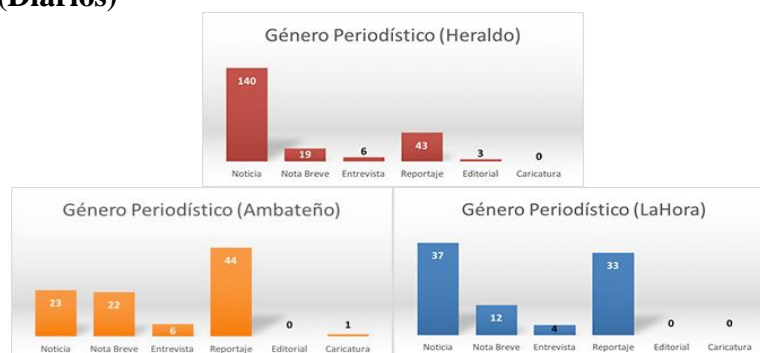
Se podría llegar a la afirmación de que todo periodismo es un fenómeno cultural tanto por sus orígenes, procedimientos y objetivos; sin embargo, cuando debemos definir al periodismo cultural nos encontramos en una zona de "indefinición", situada entre lo que se entiende por periodismo y literatura y la difusión de productos culturales denominados artísticos. (Iván Tubau 1982) concreta una definición al decir que es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación. Si definimos al periodismo cultural como el poseedor de una función social que se encarga de recoger, codificar y transmitir, en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los medios técnicos disponibles para su reproducción y multiplicación, mensajes que contengan información para la comunidad, con la finalidad de informar, entretener y formar. Los medios de comunicación por otra parte tienen como objetivo llegar cada vez más a un gran número de personas en cualquiera de sus formas: a mayor número de receptores, mayor ganancia, constituyéndose el público o receptores en potencial mercado económico, al que se le ofrece "capital simbólico" (información, formación y entretenimiento).

### ¿Cuáles son los géneros periodísticos más utilizados por los medios Ambateños?

#### Géneros P. más utilizados (Diarios)

El periodismo escrito se construye por varios géneros entre los tomados para la investigación consta la noticia, nota breve, entrevista, el reportaje, editorial y la caricatura. El Heraldo es un diario en el que prevalecen las noticias sobre los otros al tener el 66% en reportajes 20% notas breves 9% en entrevistas y editorial 3% y 2%. El ambateño se enfoca más en reportajes pues tiene 46% este indicador en noticias, notas breves y entrevistas 24% 23% y 6%. La Hora en cambio posee un porcentaje muy próximo tanto para las noticias y los reportajes 43% y 38% las notas breves y entrevistas 14% y 5% teniendo 0% las caricaturas y editorial (Gráfico N. 1).

#### Gráfico N° 1 (Diarios)



Fuente: Formato análisis

Elaboración: Investigador

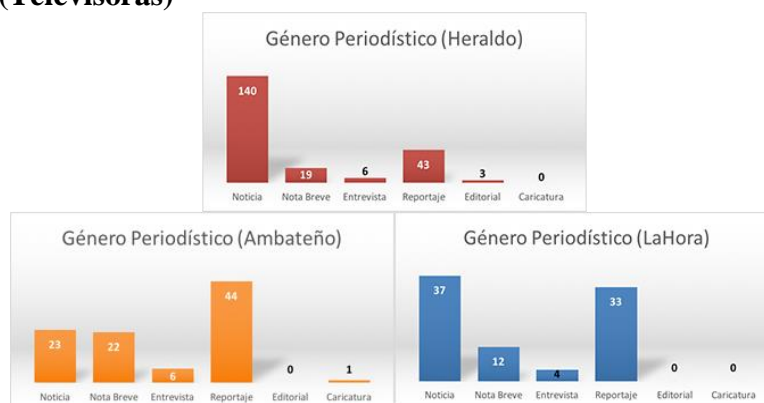
#### Géneros P. más utilizados (Televisoras)

Unimax televisión en noticias tiene el mayor porcentaje con 51% para las noticias después los reportajes con 40% notas breves 7% y entrevistas 2%. Ambavisión en el indicador



noticia ostenta 44% en reportaje 41% y notas breves teniendo 0% en entrevistas (Gráfico N. 2). Algo a tomarse muy en cuenta es que la mayoría de reportajes que se enmarcan dentro de lo cultural son de programas emitidos por el estado y obligados a ser transmitidos es decir que de no ser por eso el margen fuera mucho más bajo, algo muy observable también es la carencia de productos culturales propios de la cultura local.

**GráficoN° 2 (Televisoras)**



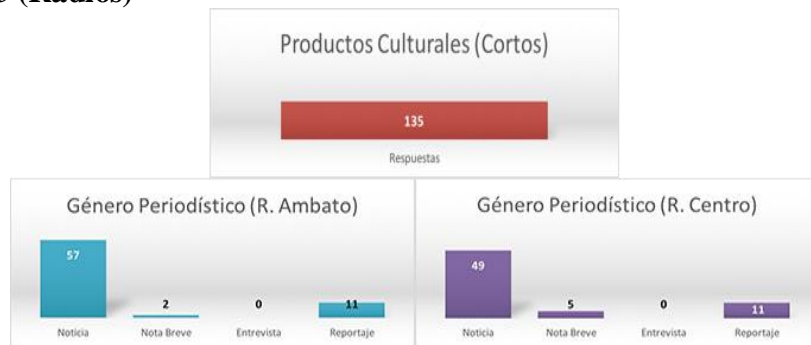
**Fuente: Formato análisis**

**Elaboración: Investigador**

### **Géneros P. más utilizados (Radios)**

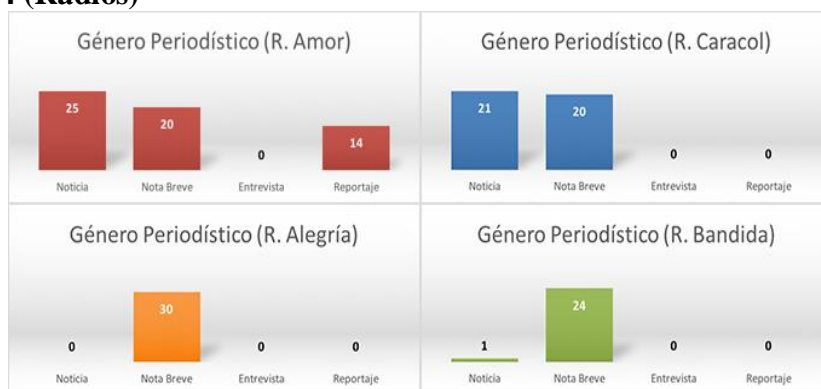
Radio Identidad al ser únicamente programada consta de música y productos educativos formativos cortos que se transmiten todo el día y constituyen el 100% de contenidos a manera de pastillas culturales de una duración aproximada de 3 minutos cada uno. R. Ambato en noticias tiene 81% en reportajes 16% y 3% en notas breves. Noticia 75% nota breve 8% y reportaje 17% esos son los porcentajes mostrados por R. Centro (Gráfico N. 3). Caracol divide sus géneros solo en noticias y notas breves con 51% y 49% respectivamente. R. Amor el mayor número es para noticia 42% nota breve 34% y reportaje 24%. R. Alegría el total de contenido está enfocado en las notas breves con 100% y finalmente radio bandida con 98% en el mismo indicador que su antecesor pero con 98% y solo 2% en noticias (Gráfico N. 4). (Goodwin, 1994) critica de la distribución de los géneros dentro de un espacio comunicativo al encausar al periodismo únicamente hacia contenidos que atraen a las audiencias que quieren los publicistas.

**GráficoN° 3 (Radios)**



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

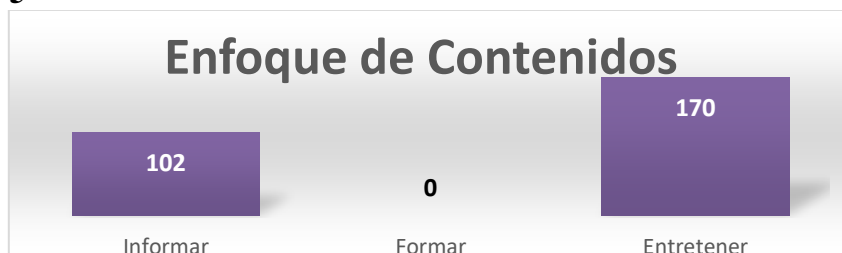
**GráficoN° 4 (Radios)**



**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

La percepción que tiene la ciudadanía ambateña respecto a contenidos enfocados donde se encuentran principalmente los géneros periodísticos antes mencionados arrojan resultados como que los medios locales más se preocupan por el entretenimiento pues este indicador posee el 62% seguido de informar con 38% y teniendo a la formación con 0% (Cuadro N. 62 y Gráfico N. 5). Esto es preocupante porque de alguna manera la gente cree que no están difundiendo una multiplicidad de prácticas y experiencias artísticas urbanas, populares y rurales sin que se reafirmen como instituciones paradigmáticas culturales (Thomson, 1998).

**GráficoN° 5**



**Fuente: Formato análisis**  
**Responsabilidad Social**

**Elaboración: Investigador**

Para (Schwalb y Malca 2005 p.103) la responsabilidad social es una “filosofía, una actitud o forma de ver la vida que implica tomar en cuenta el efecto de las acciones y decisiones

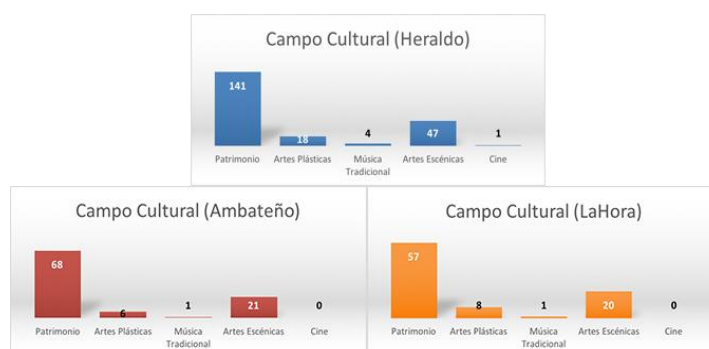
individuales y colectivas” sobre el entorno físico y social. Además la (RS) se concreta en la decisión de la organización de establecer buenas relaciones con todas las instituciones, grupos de personas o personas con las que se relaciona, es decir, con todos sus grupos de interés. En conclusión es un compromiso voluntario y ético-moral que asume una organización, la cual implica un comportamiento con determinadas conductas y acciones políticas que cada organización va desarrollando de acuerdo con su propio contexto y realidad. (Goodwin 1994) señala que aunque carezca de base filosófica los medios de comunicación no escapan de este nuevo y moderno enfoque de gestión de acuerdo a su rol social “cuarto poder”; también pueden desarrollar una gestión socialmente responsable aplicando para ello una metodología que les permitan ser socialmente responsables con los contenidos de la programación y edición emitidas diariamente.

### El Periodismo la Responsabilidad Social y el Campo Cultural aplicado

#### Responsabilidad Social de acuerdo al campo cultural en medios escritos

Las notas culturales para la investigación se ha ordenado por categorías y nos da los siguientes resultados para la prensa escrita; diario el Heraldo tiene la mayor cantidad de notas culturales con temáticas patrimoniales 67% seguido de las artes escénicas con 22% y las artes plásticas con 9% finalmente dejando el 2% para la música tradicional. El ambateño tiene en el mismo orden en esas categorías con 71% 22% 6% y 1%. La Hora ratifica este orden con 66% para la primera 24% para la segunda 9% para la tercera y la última con 1% (Gráfico N. 6). Si tomamos en cuenta que estos parámetros se enfocan principalmente en la multiculturalidad constituyéndose esta en una expresión de múltiples culturas en el espacio que llamamos urbano (García Canclini, 1997).

**GráficoN° 6 (Diarios)**



**Fuente: Formato análisis**

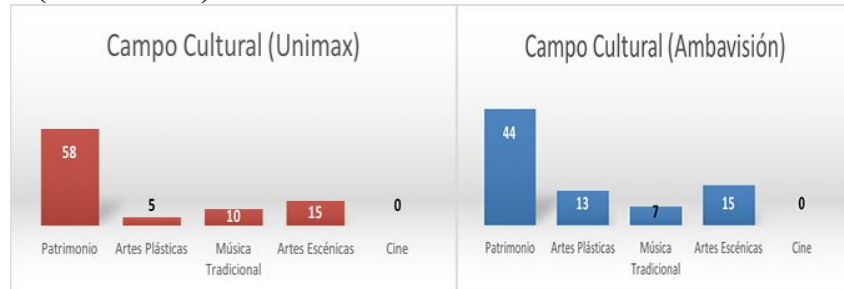
**Elaboración: Investigador**

#### Responsabilidad Social de acuerdo al campo cultural en medios televisivos

Los canales ambateños en su campo de cultura operan con las siguientes cifras: Unimax en el indicador patrimonio tiene 65% mientras que en las artes escénicas 18% seguido de la música tradicional con 11% y al final las artes plásticas con 6%. Ambavisión opera las notas patrimoniales con un 56% en artes escénicas y plásticas 19% y 16% respectivamente y finalmente la música tradicional con 9% (Gráfico N.7). (Bourdieu,

1996) cree que al igual que lo político o lo económico el campo comunicacional y periodístico está permanentemente sometido a los veredictos del mercado respecto a las audiencias.

**GráficoN° 7 (Televisoras)**

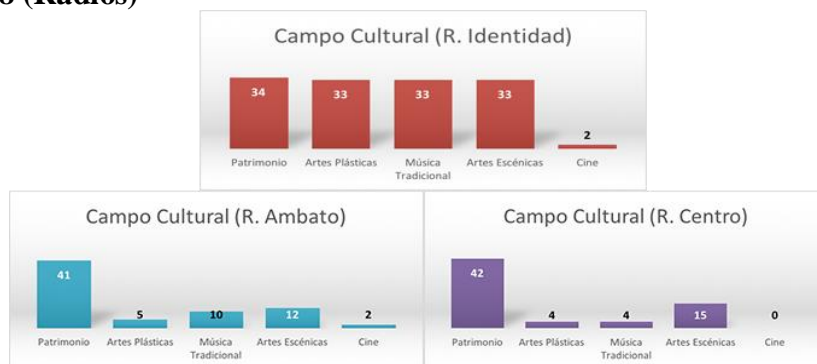


**Fuente: Formato análisis**  
**Elaboración: Investigador**

### **Responsabilidad Social de acuerdo al campo cultural en medios radiales**

Para las emisoras radiales los porcentajes manejados en este parámetro se dan así: Radio Identidad otra vez posee la distribución más equitativa de acuerdo a los indicadores pues en patrimonio y artes escénicas tenemos a 25% para cada uno; en artes plásticas y música tradicional 24% dejando a cine solo con 2%. R. Centro en patrimoniales 65% artes escénicas 23% mientras que artes plásticas y música tradicional con 6% c/u. Mientras que R. Ambato 59% para patrimonio 17% artes escénicas 14% música tradicional 7% artes plásticas y 3% cine (ver Gráfico N. 8). Caracol radio tiene 76% en patrimonio, artes escénicas 17% artes plásticas 5% y música tradicional 2%. R. Amor 54% en patrimonio 36% en artes escénicas y 10% en artes plásticas se debe notar que esta emisora tiene 0% en música tradicional. Radio Bandida y Alegría son las que poseen menor cantidad en el indicador patrimonio pues la primera tiene 64% y la segunda 43% para las artes escénicas 28% y 53% debemos fijarnos que es la única emisora que la cual este hito es superior a los otros; finalmente para la música tradicional 8% y 4% teniendo ambas 0% en Artes plásticas (Gráfico N. 9). De esta manera se nota la supremacía de notas de patrimonio y artes escénicas sobre las otras.

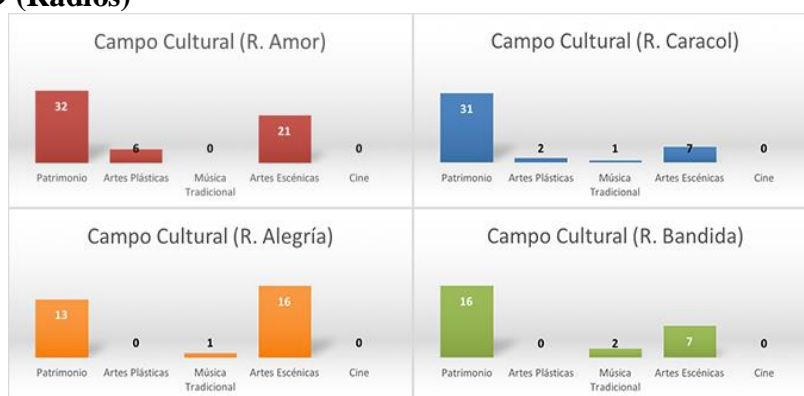
**GráficoN° 8 (Radios)**



**Fuente: Formato análisis**

**Elaboración: Investigador**

**GráficoN° 9 (Radios)**



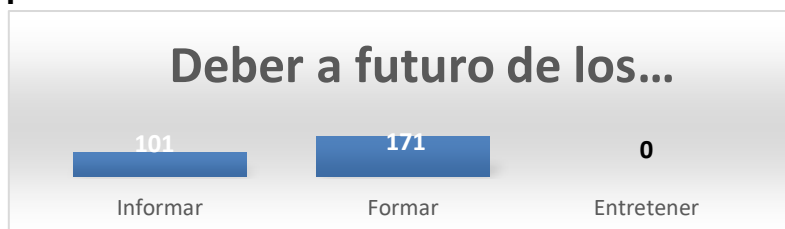
**Fuente: Formato análisis**

**Elaboración: Investigador**

### Deber de los medios a Futuro

La ciudadanía encuestada piensa que el deber de los medios a futuro es empezar a formar con un porcentaje de 63% y 37% para informar; es decir que la responsabilidad social según estos debe ser ejercida con un fin ético coherente, dinámico y sin miras a lo que el panorama mercantilista le ofrece (ver Gráfico N. 34). (Bourdieu 1996) denuncia el riesgo que corren los campos de producción cultural, incluido el campo científico.

**GráficoN° 34**



**Fuente: Formato análisis**

**Elaboración: Investigador**

## Conclusiones:

1. Los medios locales han caído en un círculo vicioso en el cual se elaboran y relatan contenidos incompetentes y erróneos sin ni siquiera ser contrastado por otras fuentes o documentos originales explicando así el porcentaje negativo y de abstención de los encuestados. Cabe resaltar que de no ser por la Fiesta de las Frutas y las Flores dada en el momento de la investigación las notas culturales hubiesen sido mucho menores a las expuestas. De esta manera se nota la supremacía de notas de patrimonio y artes escénicas sobre las otras.
2. Se puede decir que para la televisión ambateña la información cultural es manejada con suma importancia solo el momento de las festividades, si tomamos en cuenta que se dan programas temporales especiales cuyo objetivo primario es informar y dar a conocer notas y reportajes de la ciudad estos aumentan considerablemente los porcentajes en casi todos los parámetros analizados en esta investigación. También debemos acotar que los programas emitidos por los dos canales a manera de una tele-revista que emula la Fiesta de las Flores y las Frutas y que se dio a mitad de esta investigación aumenta considerablemente la jerarquía de notas que una semana anterior ni se mencionaban.
3. De la muestra de radios tomadas para la investigación las cifras muestran que el medio radial que más enfoca sus contenidos culturales de una forma primaria es R. Identidad con el 100%. Radio Identidad al ser únicamente programada consta de música y productos educativos formativos cortos que se transmiten todo el día y constituyen el 100% de contenidos a manera de pastillas culturales de una duración aproximada de 3 minutos cada uno.
4. Las emisoras en general no trabajan por un compromiso con la ciudad sino más bien se nota un facilismo a la hora de buscar información siendo su manejo principalmente dirigido hacia lo comercial, popular y de carácter masivo. Por lo tanto, no está en la importancia que se le da durante el espacio a la nota, sino la calidad de contenido o información con la que esta llega a las audiencias. Es preciso acotar como una anécdota muy personal la difícil tarea de escuchar radios como Alegría o Bonita.
5. La diversidad de contenidos en los medios locales se justifica supuestamente por su pluralismo, existiendo entre ellos un concepto tácito y denominador común que los convierte solo en reproductores de temas inoperantes sirviendo solo a sus intereses corporativos. Algo a tomarse muy en cuenta es que la mayoría de reportajes que se enmarcan dentro de lo cultural son de programas emitidos por el estado y obligados a ser transmitidos es decir que de no ser por eso el margen

fuera mucho más bajo, algo muy observable también es la carencia de productos culturales propios de la cultura local.

6. La percepción que tiene la ciudadanía ambateña respecto a contenidos enfocados donde se encuentran principalmente los géneros periodísticos antes mencionados arrojan resultados como que los medios locales más se preocupan por el entretenimiento. Diríamos entonces que no se investiga en busca de la verdad, sino con el fin de hallar acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales de su medio.
  
7. La responsabilidad social está dividida en cuatro indicadores tomados en cuenta para esta investigación siendo estos: la multiculturalidad, los derechos humanos, la equidad de género y el medio ambiente. La ciudadanía encuestada piensa que el deber de los medios a futuro es empezar a formar

## **Bibliografía:**

1. Bourdieu, P. (1996). "La noblesse d'État. Theory, Culture and Society" Paris: State Nobility
2. Cruz, P. Y Rosero, S. (2012) " El periodismo cultural en los medios ecuatorianos". Quito: Quipus
3. Espinoza, C. (2014), Redes Sociales Ecuador: Facebook pasó los 8 Millones. Ecuador: Cobertura Digital.
4. García Canclini, N. (1997), "Imagina- ríos urbanos". Buenos Aires: Eudeba.
5. Goodwin E. (1994) "Por un periodismo Independiente cómo defender la ética" Quito, Tm editores
6. Llorrente, M. Y Sierra, F. (2009) "Palabras Comprometidas". Madrid: Bibliotecanueva
7. Tubau, I. (1982) "Teoría y práctica del periodismo cultural". Barcelona: Editorial ATE.
8. Schwalb, M. y Malca, O. (2005). "Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad empresarial y desarrollo sostenible". Lima: Universidad del Pacífico.
9. Thomson, J. (1998) "Una Teoría de los medios de Comunicación". Buenos Aires: PAIDOS

## **Linkografía**

1. [http://www.cordicom.gob.ec/informacion\\_rpm/](http://www.cordicom.gob.ec/informacion_rpm/) (CORDICOM ECUADOR 2015)
2. <https://www.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>
3. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/periodismo/perculturalper/02.htm>
4. <http://www.saladeprensa.org/art529.htm>
5. [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801\\_AMBTO\\_TUN\\_GURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBTO_TUN_GURAHUA.pdf) (INEC 210)