



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

**TEMA:**

---

**“LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE TUNGURAHUA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD”.**

---

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.

**AUTOR:**

Santiago Javier Hernández Carrillo.

**TUTOR:**

Dr. Mg. Byron Orlando Naranjo Gamboa.


Ambato – Ecuador.

2016

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema **“LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE TUNGURAHUA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD”**, del señor Santiago Javier Hernández Carrillo, egresado de la Carrera de Comunicación Social, 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 Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 25 de febrero de 2016

  
.....  
Dr. Mg. Byron Orlando Naranjo Gamboa  
TUTOR

## AUTORÍA

La información presentada en el Trabajo de Investigación “**LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE TUNGURAHUA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD**”, así como los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuestas son responsabilidad total del autor.

Ambato, 25 de febrero de 2016



.....  
Santiago Javier Hernández Carrillo

C.C. 180490763-0

AUTOR

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella 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 esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 25 de febrero de 2016



.....  
**Santiago Javier Hernández Carrillo**

**C.C. 180490763-0**

**AUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema Investigación **“LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE TUNGURAHUA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD”**, presentado por el señor Santiago Javier Hernández Carrillo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,.....

Para constancia firman

.....

**PRESIDENTE**

.....

Lic. Mg. Alejandro Martínez Moya

**MIEMBRO**

.....

Ing. Mg. Carlos Martínez Bonilla

**MIEMBRO**

## **DEDICATORIA**

Este es mi primer hijo. Lo dedico a mi madre Paty, a mi padre y hermano Ricardo D., a mi hermana Sofía como pilares de mi existir.

A Vivi Freire y a Ricardo Silva, dos grandes amigos, quienes me dedicaron su gran ayuda cuando más necesité, a Víctor Pérez H., por su confianza y apoyo en esta investigación.

A Geovanny y Hadita, por brindarme su amistad y su colaboración. Mi admiración y estima, al licenciado Germán Calvache A.

Santiago Javier Hernández Carrillo.

## AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y a quienes fueron mis docentes en la carrera de Comunicación Social, donde forjé mi vida profesional.

Al Dr. Mg. Byron Naranjo G, mi profundo agradecimiento, su calidad de ser humano, su formación en valores y sus conocimientos, fueron mi guía en el rumbo de la presente investigación. Así llevaré conmigo sus consignas como: ***“Gracias a Dios, trabajito no falta”*** y ***“hagan el favor de ser felices”***.

Santiago Javier Hernández Carrillo.

## ÍNDICE GENERAL

<b>PÁGINAS PRELIMINARES.</b>	<b>Pág.</b>
Portada .....	i
Certificación del Tutor .....	ii
Autoría .....	iii
Derechos de Autor .....	iv
Aprobación del Tribunal de Grado .....	v
Dedicatoria .....	vi
Agradecimiento .....	vii
Índice General .....	viii
Índice de Gráficos .....	xii
Índice de Tablas .....	xiv
Índice de Cuadros .....	xv
Resumen Ejecutivo .....	xvi
Abstract .....	xvii
Introducción .....	1

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

Tema de Investigación .....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Contextualización.....	3
Macro .....	3
Meso.....	6
Micro.....	8



Árbol de Problemas.....	9
Análisis Crítico .....	10
Prognosis.....	10
Formulación del Problema .....	11
Interrogantes de la Investigación .....	11
Delimitación.....	12
Justificación .....	12
Objetivos .....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Antecedentes Investigativos.....	16
Fundamentación Filosófica .....	18
Fundamentación Legal.....	20
Categorías Fundamentales .....	21
Constelación de Ideas. V. I. ....	22
Constelación de Ideas. V. D.....	23
Marco Conceptual. Variable Independiente.....	24
Marco Conceptual. Variable Dependiente .....	34
Hipótesis.....	40
Señalamiento de Variables.....	40

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

Enfoque .....	41
---------------	----

Modalidad Básica de la Investigación .....	41
Nivel o tipo de investigación .....	42
Población y Muestra.....	42
Cálculo de la Muestra .....	43
Operacionalización de Variables .....	45
Plan de Procesamiento de Información.....	47
Plan de Recolección de Datos .....	48

## **CAPÍTULO IV**

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

Verificación de Hipótesis.....	59
Cálculo de Chi Cuadrado .....	61

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones .....	63
Recomendaciones.....	64

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

Datos Informativos.....	66
Antecedentes de la propuesta.....	66
Justificación .....	67
Objetivos .....	68
Objetivo general.....	68
Objetivos específicos .....	68
Análisis de factibilidad.....	68
Fundamentación .....	71

Fundamentación legal .....	71
Fundamentación científico – técnica.....	73
Modelo Operativo .....	74
Desarrollo de la propuesta.....	76
Video Informativo de la CCENT .....	77
Edición del audio .....	85
Edición del video .....	86
Previsión de la evaluación.....	87
Bibliografía .....	88
Anexos	
Artículo Técnico (Paper)	
Glosario de Términos	
Glosario de Siglas	

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico No. 1: Árbol de problemas.....	9
Gráfico No. 2: Categorías fundamentales.....	21
Gráfico No. 3: Constelación de Ideas. V. I.....	22
Gráfico No. 4: Constelación de Ideas. V. D.....	23
Gráfico No. 5: Distribución de la población por sexo.....	43
Gráfico No. 6: Estrategias comunicacionales.....	49
Gráfico No. 7: Nivel de difusión.....	50
Gráfico No. 8: Participación de la juventud.....	51
Gráfico No. 9: Utilización de la página web.....	52
Gráfico No. 10: Productos comunicacionales.....	53
Gráfico No. 11: Visitas a la CCENT.....	54
Gráfico No. 12: Frecuencia de participación.....	55
Gráfico No. 13: Medios de información.....	56
Gráfico No. 14: Medios que utiliza la juventud.....	57
Gráfico No. 15: Campos artísticos de la CCENT.....	58
Gráfico No. 16: Campana de Gauss.....	62
Gráfico No. 17: Logo. CCENT.....	77
Gráfico No. 18: Frase de Benjamín Carrión.....	77
Gráfico No. 19: Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua.....	78
Gráfico No. 20: Casa de la Cultura Ecuatoriana. Matriz – Quito.....	78
Gráfico No. 21: Ingreso a la Casa de la Cultura.....	79
Gráfico No. 22: Estudiante de Pintura.....	79
Gráfico No. 23: Escuela de Arte Atelier.....	80
Gráfico No. 24: Cuadros del Museo de arte.....	80
Gráfico No. 25: Curso permanente de ballet.....	81

Gráfico No. 26: Biblioteca CCENT .....	81
Gráfico No. 27: Invitación “Homenaje a Carlos Brito“ .....	82
Gráfico No. 28: Gabriel Díaz (Gestor Cultural) .....	82
Gráfico No. 29: Ing. Hada. Zurita .....	83
Gráfico No. 30: Lic. Germán Calvache .....	83
Gráfico No. 31: Ana Barrera (Gestora Cultural).....	84
Gráfico No. 32: Ingreso a la institución .....	84
Gráfico No. 33: Logo. CCENT .....	85
Gráfico No. 34: Edición del audio .....	85
Gráfico No. 35: Edición del video .....	86
Gráfico No. 36: Renderizar y guardar el video .....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla No. 1: Cálculo de muestra de población .....	43
Tabla No. 2: Estrategias comunicacionales .....	49
Tabla No. 3: Nivel de difusión.....	50
Tabla No. 4: Participación de la juventud.....	51
Tabla No. 5: Utilización de la página web.....	52
Tabla No. 6: Productos comunicacionales .....	53
Tabla No. 7: Visitas a la CCENT.....	54
Tabla No. 8: Frecuencia de participación .....	55
Tabla No. 9: Medios de información. ....	56
Tabla No. 10: Medios que utiliza la juventud.....	57
Tabla No. 11: Campos artísticos de la Casa de la Cultura.....	58
Tabla No. 12: Estrategias comunicacionales .....	60
Tabla No. 13: Participación de la juventud.....	60
Tabla No. 14: Respuestas observadas .....	60
Tabla No. 15: Respuestas esperadas .....	61
Tabla No. 16: Resolución de la fórmula .....	61

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro No. 1: Matriz de operacionalización de variables. V. I.....	45
Cuadro No. 2: Matriz de operacionalización de variables. V.D. ....	46
Cuadro No. 3: Matriz de plan de recolección de datos. ....	48
Cuadro No. 4: Factibilidad económica – financiera .....	71
Cuadro No. 5: Modelo operativo .....	74
Cuadro No. 6: Previsión de la evaluación.....	87

## RESUMEN EJECUTIVO

Los mecanismos de comunicación que se presentan en este trabajo investigativo son factores claves para determinar la participación de la juventud en las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua u otras instituciones, promocionando los valores culturales y el talento artístico de la juventud local.

La difusión es un componente trascendental, pues el manejo de la información que emiten los medios (citas, signos, símbolos, frases, imágenes) ejerce gran influencia e interviene en la respuesta de la población.

Conforme a la promoción de las actividades de una institución cultural, el sector joven – como población estudiada – en gran parte realizan actividades virtuales de entretenimiento o de interés social más lúdicos y menos artísticos, dejando a un lado importantes actividades que pasan fuera de un computador, de un teléfono móvil, de una tablet u otro medio tecnológico de la nueva era.

El presente estudio muestra varias teorías de la comunicación e información, aportes desde la sociología conforme al ámbito cultural y la participación social en el siglo XXI.

Esta investigación se fundamenta en aspectos legales, filosóficos u otros.

El aporte estadístico a través del levantamiento de la información, sugiere los caminos por los que se debe recorrer en esta investigación frente a las diferentes amenazas y debilidades que se puedan presentar en el transcurso de la misma.

El ejercicio de las oportunidades presentadas a partir del análisis e interpretación de resultados, propone aterrizar en tierra firme y dar una respuesta coherente al trabajo, mediante soluciones concretas, accesibles y confiables, que permita tanto el acceso, como el accionar cultural de la población estudiada.

**Descriptor de Tesis:** difusión, cultura, participación, juventud, información, actividades, comunicación.



## ABSTRACT

The mechanisms of communication that are presented in this investigative work are key factors to determine the participation of the youth sector in activities organized by “Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua” or other institutions that promote cultural values and artistic talent of young locals.

Diffusion is a transcendental component, as information management that media release (citations, symbols, phrases, images) exerts a huge influence and intervenes in the answer of the population.

According to the promotion of the activities of a cultural institution, the youth sector – as the studied population – largely does virtual activities of entertainment or social interest that occur outside of a computer, of a mobile phone, a tablet or other technological devices of the new era.

The present study shows various theories of communication and information, contributions of sociology according to a cultural scope and social participation during the XXI century

This investigation is based in legal, philosophical and other aspects.

The statistical contribution through data collection, suggests the paths that should be approached during the present investigative work when facing different threats that may appear during the investigative work.

The exercise of opportunities from the analysis and interpretation of the results, proposes to land on firm soil and give a coherent answer to the present work, through concrete solutions, trusted and easily approached that allow access and liking of the studied population.

**Thesis Descriptors:** diffusion, culture, participation, information, activities, communication.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación denominado “La difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Tungurahua y la participación de la juventud” se presenta en 6 capítulos detallados a continuación:

Capítulo I.- Corresponde al problema de investigación, mediante la contextualización (macro, meso, micro), árbol de problemas, análisis crítico, pronóstico, formulación del problema, interrogantes, delimitación del objeto de investigación, justificación y planteamiento de los objetivos como aspectos globales que acercan al investigador con el presente estudio.

Capítulo II.- Está constituido por el marco teórico, antecedentes investigativos de otros trabajos que guardan relación, fundamentación filosófica, epistemológica y legal, categorías fundamentales, marco conceptual de las variables; hipótesis y señalamiento de variables.

Capítulo III.- Está conformado por la metodología que abarca el enfoque de investigación, nivel o tipo, modalidad básica, población y muestra, operacionalización de variables (dependiente e independiente), plan de recolección y procesamiento de la información.

Capítulo IV.- El Análisis e interpretación de resultados inicia con la tabulación y procesamiento de la información que fue recogida durante las encuestas, por tanto se indican los resultados a través de tablas y gráficos estadísticos, donde se muestran los porcentajes, permitiendo la interpretación objetiva de los resultados alcanzados y posteriormente la verificación de la hipótesis.

Capítulo V.- Se detallan las conclusiones a las que llegó el investigador, como evaluación completa del trabajo investigativo y con ello se las recomendaciones que debe tomar en cuenta la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) para enfrentar y solucionar las falencias que señalaron la población encuestada.

Capítulo VI.- La propuesta plantea una alternativa de solución al problema investigado, mediante la elaboración de un video informativo acerca de los servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT). En este capítulo se indican los datos informativos, antecedentes, justificación, objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación, metodología, modelo operativo y previsión de la evaluación.

Finalmente se sustenta el trabajo con los materiales de referencia, q contienen la bibliografía, documentos digitales, leyes, políticas públicas y los anexos que son recursos de apoyo a la investigación, donde se observan fotografías, documentos escritos, formularios entre otros datos complementarios que se recogieron de la institución involucrada.

**Línea de Investigación:** Comunicación para el desarrollo.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **TEMA DE INVESTIGACIÓN**

La difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Tungurahua y la participación de la juventud.

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **CONTEXTUALIZACIÓN**

##### **MACRO**

La difusión y participación en el mundo, supone identificar aspectos de una población, como conocer el nivel de actividad social en el que se hallan, las necesidades ante posibles cambios sociales o culturales, y la relación que tiene existe entre la institucionalidad y la juventud, poniendo énfasis en las áreas culturales y artísticas, como un área de formación para el talento y la creación.

La participación juvenil es un ámbito social que varía entre continentes y estados, provincias y ciudades, parroquias y barrios, grupos y personas, de acuerdo a factores socio-económicos, educativos, políticos, culturales, ambientales, geográficos, tecnológicos que son determinantes para conocer cuáles los niveles de desarrollo humano en una población y visibilizar la realidad de los diferentes entornos.

A menudo los jóvenes no se sienten representados en los discursos, espacios y mecanismos políticos tradicionales; no participan en los ámbitos de decisión ni en los debates sobre temas socioeconómicos y políticos clave, aun cuando se consideran sensibles a las demandas de equidad y justicia social, protección medioambiental y diversidad cultural. A nivel mundial, en los últimos años han destacado los movimientos sociales liderados por la juventud, lo que supone un llamado de

atención respecto de su interés de ser escuchados y de tener una participación activa en el desarrollo de las sociedades en que viven (UNESCO, 2006, citado por Trucco).

Los mecanismos de transmisión intergeneracional de la desigualdad están fuertemente arraigados en América Latina. La inclusión social de la juventud quizás sea uno de los retos más importantes en la actualidad, no solo por el número que representan los jóvenes en relación con el resto de la población, sino también por lo que ello implica en términos de tasas de dependencia, necesidades y problemáticas propias de este período de la vida. En promedio, las personas de entre 15 a 29 años, representan una cuarta parte de la población total de la región (Trucco y Ullman, 2015).

La cultura, como la educación o la salud, constituye un ámbito de ejercicio de derechos respecto del cual también se generan procesos de exclusión. Es así que las instituciones que tiene a cargo la promoción artística, informan sobre las actividades que desarrollan como exposiciones pictóricas, conciertos de música, presentaciones de libros, encuentros de poesía, congresos de comunicación, gestión cultural, festivales de danza, teatro, entre otras expresiones del arte, para lo cual utilizan varias herramientas de difusión conforme al presupuesto que les asigna el estado o auto gestionan. La promoción también se da mediante invitaciones, carteles, banners, dípticos, trípticos, flyers, gigantografías, afiches u otros recursos informativos de publicidad exterior.

La realidad global concibe a la difusión como un derivado de la comunicación y tiene un fuerte vínculo con la participación, como variables complementarias, formando un proceso de acción – reacción – acción. La cultura en cambio pasa a ser la parte medular, situándose en el corazón de las variables, el mundo no podría hablar de cultura sin mencionar el término participación o difusión porque está implícito no como palabras universales, sino como canales directos y vinculantes.

Reflexionar sobre las relaciones entre Cultura y Comunicación puede parecer, a primera vista, un ejercicio superfluo, porque ambos espacios públicos, siempre han estado irremediablemente unidos. El matrimonio entre ambas mantiene relaciones paradójicas, a menudo incomprendidas en nuestra sociedad contemporánea. No hay

cultura socialmente existente que no tenga un plan intrínseco de difusión, y por tanto, una comunicación fehaciente ante determinados sectores sociales, por más pequeños que sean estos (Bustamante, 2006).

La relación entre ambos es estructural, es decir, una no marcha ni se explica con la otra (...) si la cultura es un hecho social no hay cultura más que manifestada, transmitida y vivida por el individuo (Cauné, 1995, p. 18, citado por Bustamante).

América Latina enfrenta retos significativos en el campo de la comunicación, frente a las demandas y prácticas de los países norteamericanos, o las potencias de Europa y Asia, más aún si nos enfocamos en los espacios para la difusión del arte, así las regiones conocidas como ‘desarrolladas o del primer mundo’ tienen sistemas sociales, educativos y culturales más prácticos, con mayor tecnología, planificados minuciosamente, esto sumado a la planificación que llevan a cabo, como estrategia de transformación social y el uso de recursos más técnicos que teóricos, herramientas digitales más veloces y eficientes. Por todo aquello en la investigación se refleja un pensamiento latinoamericano frente a realidades nacionales y locales, por varias demandas vive la región.

Por otro lado, la participación juvenil no sólo requiere ser entendida desde su relación de empoderamiento respecto del sector adulto, sino que deben reconocerse las formas propias de empoderamiento que construyen, y las transformaciones que se han dado en la expresión de los contenidos (Acosta, 2005).

La aparición de la computadora, el internet, teléfonos móviles, agendas electrónicas, tabletas, Mp3, videojuegos entre otros artefactos del siglo XXI, han marcado un territorio preponderante en este sector generacional, frente a caídas monumentales de espacios más personales, una realidad quizá distinta si se sectoriza el asunto por zonas urbanas y rurales de Latinoamérica.

En las dos últimas décadas decreció la producción de libros, discos y películas en América Latina, se cerraron cines, librerías, teatros, museos de arte y programas de apoyo a las culturas populares. Muchas editoriales y estaciones de radios han sido compradas por empresas extranjeras que reprograman desde patrones ajenos a la

región. La crisis económica no permite financiar la cultura y la deja en manos privadas, pero las finanzas privadas tampoco escapan a la crisis, esta situación reduce la producción cultural endógena. Muchos piensan que la integración puede resolver el problema, pero los países latinoamericanos llegan al punto de la integración con menos recursos, lo que los debilita ante la competencia. (García, 2006 citado por López Herrera).

Los medios masivos de comunicación, esto es radio, prensa, televisión, han sido copartícipes de esta realidad, pues la información manejada por estos es irrelevante, limitada y monótona. Los intentos por reinventar cada uno de los contenidos mediante programas de interculturalidad y otros espacios para jóvenes no han sido lo suficientemente convincente como para acercarse a esta población. Así se enfrentan al monstruo del internet, mediante las páginas web, correos electrónicos y redes sociales comerciales, que absorben a gran parte de la población juvenil en América Latina y el mundo.

Una de las herramientas básicas de la sociedad es la información, porque con ésta se construyen experiencias, estilos de vida, formas de pensar, culturas y subculturas. El entorno cotidiano se desarrolla en ambientes contruidos a partir de los contenidos que se difunden en los medios de comunicación y que son interiorizados por la sociedad.

La concepción instrumental de los medios y la influencia del paradigma informacional llevó al cuestionamiento del propio concepto de comunicación y a sugerirse su sustitución por el término difusión, para referirse al carácter unilateral de los medios, fenómeno que coincide con posturas en otros momentos asumidas por diversos investigadores latinoamericanos (Alonso M.; Saladrigas H., 2006).

## **MESO**

Ecuador es un país rico en diversidad cultural, donde se desarrollan numerosas actividades artístico-culturales, tanto en auditorios como en espacios abiertos, dando a conocer las diferentes expresiones artísticas, así como la riqueza cultural - ancestral de los pueblos y nacionales que conviven en nuestro territorio.

El Ministerio de Cultura y Patrimonio como rector nacional, es el encargado de garantizar el cumplimiento de los derechos culturales por medio de la promoción de las expresiones culturales diversas que conviven en el país (Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, 2011).

En el país la participación de la juventud dentro de las actividades artísticas, se ha visibilizado con mayor énfasis en eventos masivos realizados en parques o plazas, como conciertos de música independiente o de vanguardia, donde se generan y brindan la oportunidad de participación de nuevos talentos que emiten su producción en géneros como el rock -en sus diversos subgéneros-, reggae, ska, funk, hip hop, hardcore, metal, rap u otros géneros que se fusionan con ritmos comerciales. Esta población ha sido tanto emisora como receptora.

En Latinoamérica los medios de comunicación generales que hablan poco de cultura, concentración de la información cultural en un número reducido y poco variado de expresiones culturales, etc. Las nuevas tecnologías aparecen como un canal con potencial significativo pero no permiten el acceso de toda la población. Como respuesta a aquello uno de los principales factores que dificulta el acceso a la cultura es la falta de información sobre la oferta existente y cómo acceder a ella, lo que podría requerir canales específicos de comunicación con la población más joven. (Baltà, 2012: 12, 66).

Las instituciones culturales tienen la difícil tarea de agradar al público juvenil, sobre todo si en estas no interviene artistas reconocidos o comúnmente famosos dentro de su campo. En este caso la educación institucional, familiar y social son importantes, porque si por un lado se incentiva a forjar la personalidad en torno al arte, en la otra se degenera al individuo y en una tercera se evita cometer distracción hacia el arte y en lugar de eso, se debe dar importancia y prioridad únicamente a la educación tradicional, hacen de muchos individuos, seres vacíos de interés cultural y artísticos, a convertirlos en consumidores de la tecnología y la diversión.

Es factible considerar el ámbito formal que varios medios informativos de cobertura nacional utilizan para difundir las actividades de otra provincia, la importancia que le



dan estos medios a la difusión de las actividades artísticas, tomando en consideración las portadas o contraportadas donde lideran crónica roja, deportes, farándula, salud o hechos sociales de una administración pública fuera del ámbito artístico. ¿Acaso la difusión o promoción de actividades artísticas a nivel nacional requieren de un replanteamiento estructural y un análisis exhaustivo conforme al impacto que estas tienen en las diferentes poblaciones?

## **MICRO**

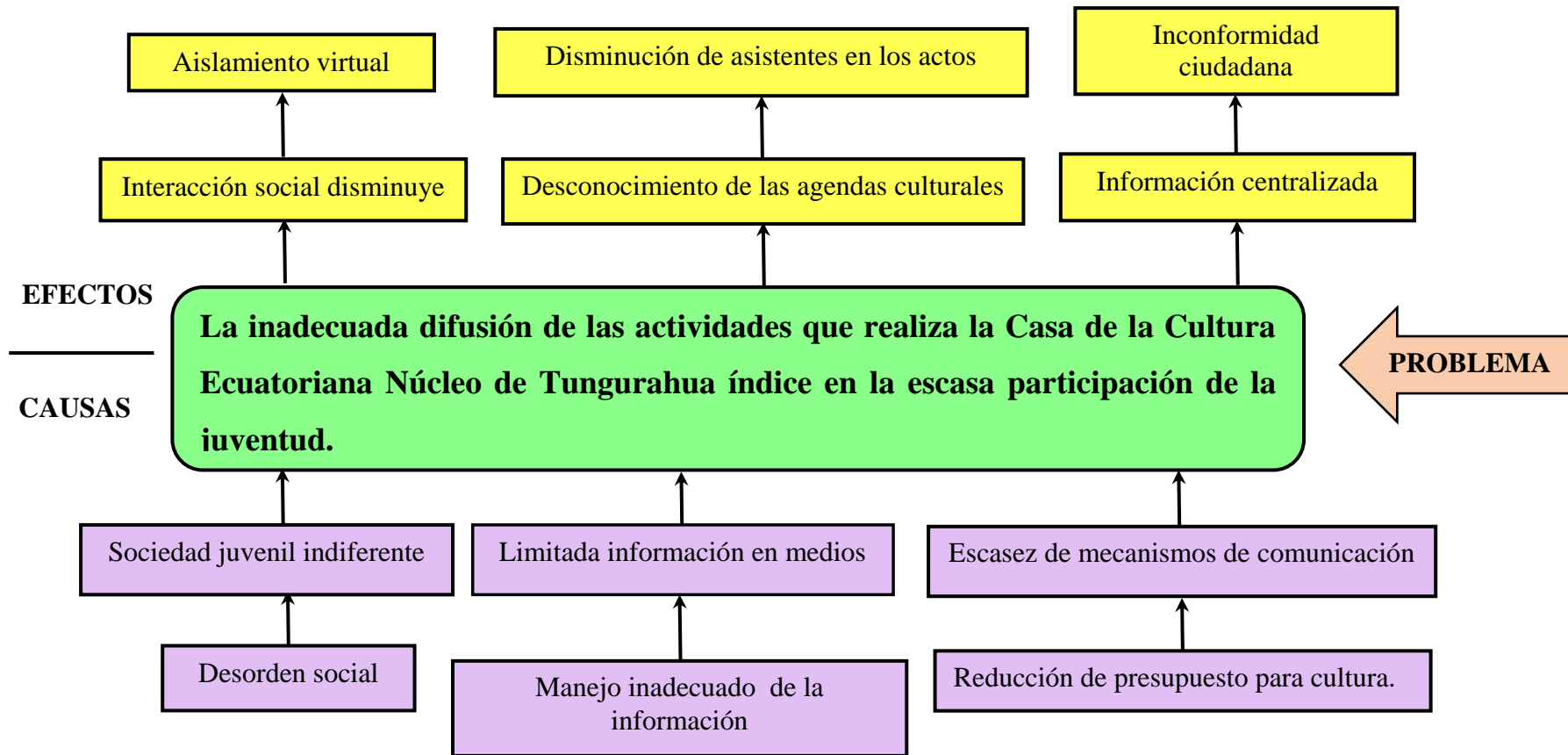
En Ambato existen varias instituciones culturales dedicadas al quehacer artístico, como el departamento de Cultura y Desarrollo del Gobierno Provincial, la Dirección Provincial del Ministerio de Cultura, el Departamento de Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato y la Casa de la Cultura Ecuatoriano Núcleo de Tungurahua, cada uno trabaja de acuerdo a las exigencias y demandas requeridas en sus políticas, deberes y responsabilidades para con la ciudadanía.

Existe una gran preocupación en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) por la reducción que cada año sufren de su presupuesto. Esta entidad se maneja bajo un sistema vertical donde lo administra un presidente, quien se encarga de receptar las propuestas y proyectos que presentan los actores culturales. Esta y otras entidades, desde la visión social aún no han logrado un mayor acercamiento y participación de la juventud en las actividades que realizan, como presentaciones de libro, exposiciones pictóricas y escultóricas, conferencias, mesas de debate, recitales.

La difusión de las actividades de esta institución se mantiene activa en los medios masivos de comunicación, prensa, radio, televisión y en los medios virtuales, pero sobre todo, hace falta que los jóvenes y la población en general reconozcan a la cultura como un eje importante para el desarrollo humano y se cree en ellos un hábito de consumo cultural. Si no se logra eso, cualquier esfuerzo que se haga para mejorar el acceso a la cultura será en vano, pues se seguirá viendo a la cultura como algo netamente ornamental, más no como algo necesario para el desarrollo personal y de la colectividad.

# ÁRBOL DE PROBLEMAS

Gráfico No. 1: Árbol de Problemas.



Fuente: Investigación Bibliográfica.

Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo.

## **ANÁLISIS CRÍTICO**

La inadecuada difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) y la escasa participación de la juventud, se manifiesta en base al estudio de las causas y efectos que inciden en el mismo.

El desorden social es un factor significativo para que exista un desinterés e indiferencia en la población juvenil conforme al buen desarrollo de las actividades, afectando de forma directa para que la interacción social disminuya. De esta manera se producen desacuerdos interinstitucionales que desembocan en un comportamiento antisocial, aislamiento virtual y es cuando el individuo no se adapta o no quiere aceptar las normas y los valores de la sociedad en la que vive.

La existencia de un manejo inadecuado de la información desde la esfera institucional hacia los medios de comunicación de masas, está ligado a la limitada información que estos presentan, ya que la promoción socializada viene en pastillas, con contenidos incompletos y aburridos, sin mayor creatividad, ni énfasis, lo que provoca el desconocimiento de la ciudadanía sobre las agendas culturales, particularmente si hablamos de la juventud, como una incertidumbre general sobre la programación artística – cultural, lo que da lugar a la disminución de asistentes en los diferentes eventos artísticos culturales de la localidad.

Con la reducción del presupuesto que cada año sufren varias instituciones culturales, estas carecen de servidores públicos y mecanismos de comunicación que brinden el apoyo necesario para una correcta difusión y promoción de las actividades, estos afectan al logro de una información descentralizada, lo que a posteriori desemboca en exista un malestar social o inconformidad ciudadana.

## **PROGNOSIS**

El manejo de la información que emiten las instituciones culturales debe ser claro, conciso y de interés público, a fin de que se pueda socializar la importancia de las actividades que se desarrollan, alcanzando así altos niveles e inmediatos resultados perceptibles de intervención social.

La finalidad de los procesos de intercambio e interculturalidad es alcanzar una mayor participación social en las actividades artísticas y recuperar audiencias con énfasis en la juventud.

Es una realidad que las instituciones deben enfrentar ante una reducción de presupuestos y la revolución tecnológica, que ha acaparado el quemeimportismo general - en particular de ciertas brechas intergeneracionales – que se hallan sometidos estas nuevas tecnologías del mercado consumista, en contraste al mercado del conocimiento, dejando a un lado el campo artístico, la lectura comprensiva sea por medio de libros físicos o virtuales y la explotación de nuevos talentos.

Si en el futuro no se llega a solucionar el problema de investigación, la Casa de la Cultura Ecuatoriana se mantendrá como una institución débil en participación juvenil, donde primará el criterio de que ésta es una entidad elitista (adulto céntrico) que no trabaja con la juventud y solo se involucra con ciertos sectores favorecidos de la sociedad. Con los años acumulará serios problemas encaminados a su desaparición definitiva.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide la difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) en la participación de la juventud ambateña en el año 2015?

## **INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN**

- ¿Qué importancia tiene la difusión de actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) en la participación de la juventud?
- ¿Cuál es nivel de interés que tienen la población juvenil con respecto a las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT)?
- ¿Qué mecanismos de comunicación debe emplear la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) para generar una participación activa en la juventud?

## **DELIMITACIÓN**

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Zona:** Urbana

**Sector:** Universidad Técnica de Ambato

### **Delimitación del contenido**

**Campo:** Ciencias Sociales

**Área:** Comunicación para el Desarrollo

**Aspecto:** Difusión de las actividades que realiza la CCENT

### **Delimitación Temporal:**

**Período Académico:** Abril – Septiembre 2015.

### **Sujetos de investigación:**

- Estudiantes de la carrera Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.
- Jóvenes miembros numerarios de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT), Gestores Culturales y artistas juveniles del cantón Ambato.

## **JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se realiza con el firme propósito de conocer, analizar, evaluar la participación de la juventud, a partir de la difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) para alcanzar mejores canales de comunicación que ayuden a la correcta y más eficiente transmisión del quehacer cultural de esta institución con la población objetiva.

Es una temática de alto interés tanto para el sector popular como para el sistema cultural, debido a la incidencia que tiene la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT), en su afán por profundizar el estado actual de la participación de los sectores juveniles en el conglomerado social. Además es necesario establecer una relación entre los departamentos culturales de varias instituciones, mediante un

breve sondeo y observación del impacto que tienen para atraer audiencias a cada una de las actividades que efectúan.

Investigar sobre difusión y participación en nuestro entorno social conlleva a un análisis teórico que debe proyectarse ampliamente desde la comunicación social como uno de los procesos más importantes y complejos que lleva a cabo el ser humano. Por ello es importante tomar conciencia y asumir el control de lo que comunicamos para ser eficientes y obtener el máximo de las personas y las situaciones.

La juventud como eje central de la investigación, pueden brindar diversos puntos de vista, reacciones y aportes tanto sociales como prácticos acerca de la problemática planteada, es de directo apoyo y soporte técnico para el fortalecimiento de la investigación.

Las acciones producirán cambios sostenidos en el largo plazo si se dan en un clima cultural apropiado que recree, sostenga y le dé sentido a ese proceso. Cuando la juventud se apropia de la iniciativa y la hace suya, la tarea llega a buen puerto, en este sentido, quienes están involucrados directamente con comunicación social son corresponsables en el tejido de esa trama social. Para ello, es necesario que se desarrollen recursos y capacidades para informar, sensibilizar, movilizar y desatar procesos educativos participativos.

La perspectiva de la comunicación debe ser integral ante las políticas y planes. Así la comunicación para el desarrollo – procesos de diálogo, intercambio de información y construcción de entendimientos mutuos entre las comunidades y grupos sociales – como una estrategia y conjunto de herramientas eficaces para las intervenciones de desarrollo, permite valorar y mitigar los riesgos políticos y sociales de esas intervenciones y construir empoderamiento y sostenibilidad,

El presente problema en sí maneja campos demandantes de una investigación variable y cualitativa, partiendo desde la aparición de las instituciones culturales y su desarrollo social con el pasar de las décadas, pues se han pasado por alto varios aspectos relativos a la comunicación.

El estudio toma un carácter actual y trascendente por el hecho de involucrar a la juventud y su participación activa en las actividades que se realizan en la localidad, óptica que antes no se había vislumbrado por la falta de visión de quienes han estado históricamente en el poder, como un problema mayor a resolver, tomando en cuenta que la revolución tecnológica y su fuerte influencia ha absorbido a este sector social, creando seres inanimados, acrílicos e inactivos en varios aspectos como el arte y la cultura.

La difusión utiliza las nuevas tecnologías de la información y las redes sociales para lograr transformaciones y objetivos prácticos. Es una novedad y un reto, siendo que la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) jamás ha tenido un departamento de Comunicación Social o Institucional, y solo se fungen estas funciones desde el departamento de Secretaría con la titular dedicada a multifunciones.

La presente investigación servirá de forma directa tanto a la juventud local como a la institución ejecutora, porque brindará herramientas de comunicación para estudiar minuciosamente cada uno de los componentes, que inciden en el proceso de acción-reacción- acción, que momentáneamente están alejados de la realidad.

La importancia y alcance de la difusión de los mensajes en la juventud está vinculada directamente con el contexto local. Así, los niveles de retroalimentación como secuela de asistencia, praxis y empoderamiento de este sector, demostrarán el estado actual del problema con la realidad existente.

El conocimiento general ayuda al fortalecimiento de la comunicación entre varios sectores, esto incluye la participación y el compromiso de generar cambios sociales como soporte para alcanzar el desarrollo humano, la interculturalidad y el buen vivir que acompañan un desarrollo local y democracia participativa.

El aprovechamiento de las nuevas tecnologías para la presente investigación es un aspecto básico que empata con el cuidado del medio ambiente, producto de esto aparece una comunicación más inmediata tanto para emisor como receptor, utilizando menos recursos físicos, económicos, de tiempo y aprovechando los mecanismos digitales en favor de reducir gastos innecesarios.

Al construir grandes redes de comunicación con el organismo involucrado, se está creando una cadena de transmisión de mensajes e información de manera más efectiva, dinámica y entretenida para la juventud, con resultados efectivos que llamen la atención no solo a esta población, sino a otros conglomerados generacionales que muestren interés por obtener información.

Se cuenta con el acceso a los documentos (archivos históricos, fotografías, registros) de la institución cultural, que se requerirán en la investigación. Además que existe una relación directa con varias fuentes y recursos humanos que son aportes para la investigación, quienes con su vasto conocimiento sobre difusión, participación, cultura y juventud, permitirán nutrir esta investigación y que el presente trabajo no quede únicamente como material archivo para la biblioteca.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar cómo la difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) incide en la participación en la juventud.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Establecer la importancia que tiene la difusión de actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) en la participación de la juventud.
- Identificar el nivel de interés que tienen la población juvenil con respecto a las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT).
- Definir el mecanismo de comunicación que debe utilizar la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) para generar una participación activa en la juventud.



## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La presente investigación está orientada a visibilizar un problema latente en la localidad, no mantiene directa relación con anteriores tesis realizadas en la Universidad Técnica de Ambato, sin embargo es oportuno presentar trabajos relacionados, citando los siguientes trabajos de investigación realizados en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales previo a la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social:

En el 2008, Miguel Ángel Espinoza Carrillo realizó la investigación: *“La escasa difusión en los medios de comunicación local de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) de la Provincia de Tungurahua y su relación con la inapropiada imagen institucional a la comunidad ambateña”*. A continuación se detallan algunas conclusiones:

*“El presente trabajo ha sido realizado con el objeto de determinar, mediante una investigación, se busque la manera de establecer y mejorar medios y canales para comunicar de un modo versátil y eficaz a través de los medios locales, sobre los servicios y beneficios que el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) ofrece a sus miembros, esta investigación posee gran importancia e impacto porque existe un número de personas que padecen distintos tipos de discapacidad a lo que se suma la falta de conocimiento de beneficios que cada uno de ellos puede obtener, por parte de la ciudadanía Ambateña y los medios de comunicación local”*.

La investigadora Victoria Soledad Masabanda Tibán presentó en 2014 el tema: *“La difusión de programas culturales a través de los medios de comunicación y la memoria histórica de los habitantes de los Centros Educativos del área urbana de la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato en el periodo 2011-2012”*.

*El propósito de esta investigación radica en la importancia y difusión de la memoria histórica la misma que aportará a la conservación y desarrollo de una identidad cultural, el reconocimiento de la dimensión histórica, y la planificación integrada del desarrollo cultural.*

En el año 2012 Vilma Yolanda Aulestia Sánchez investigó acerca de *“La poca difusión cultural de las leyendas y mitos dificulta el conocimiento de la oralidad ancestral en la parroquia La Matriz de la ciudad de Ambato durante el periodo enero - julio 2011”*. Esta investigación fue realizada en la parroquia La Matriz de la ciudad de Ambato de la provincia de Tungurahua sobre la poca difusión cultural de nuestras leyendas y mitos permitió conocer a través de encuestas realizadas a los ciudadanos, que este estudio realmente existe una necesidad de hacerlo, a fin de que la comunidad misma conozca sobre la oralidad ancestral sus mitos y leyendas de nuestra ciudad. Esta investigación se realiza con el fin de dar una solución al problema de la falta de difusión cultural que permita conocer lo valioso que es la oralidad ancestral en nuestras vidas.

A nivel nacional mencionamos un trabajo de investigación realizado en 2013 con la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión del investigador Jefferson Herrera C. sobre el *“Análisis de la promoción y difusión de la danza como arte dentro de la Casa de la Cultura Ecuatoriana de la ciudad de Quito”*.

El trabajo antes citado se centra en cuatro casos de estudio, entre ellos, el Ballet Nacional de Ecuador y el Frente de Danza Independiente. Hay un abordaje teórico de los conceptos cultura, arte, danza y comunicación y de su relación entre sí. Concluye con un breve diagnóstico de la situación promocional de la danza en la Casa la Cultura, misma que demuestra una seria falencia en torno a la gestión del arte en general y de la danza en particular en relación a las políticas culturales aplicadas al campo de la difusión artística.

A inicios de 2015, Martha Rodríguez Albán investigadora de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) en la maestría de Sociología presentó el trabajo *“Cultura Política en Ecuador: Estudio sobre la Casa de la Cultura”* el que se detalla a continuación:

*La presente investigación está conducida por dos objetivos generales; el primero consiste en sustentar la noción de que lo cultural y lo político son procesos imbricados, de suerte que las praxis culturales siempre son praxis políticas; el segundo, mostrar la relación dialéctica entre individuos y estructuras. Se trata de enunciados en los que se leen fácilmente las improntas gramsciana y de Raymond Williams, y que discrepan con ciertos lugares comunes: que cultura y política son ámbitos separados o que los individuos y sus interacciones –igual que los actores subalternos y sus praxis– tienen escasa incidencia sobre el Estado y sus instituciones.*

*La investigación se centra en Ecuador, en el período 1941-1945, cuando culminan eventos iniciados hacia 1925. Con el horizonte de los mencionados objetivos generales revisaremos: a) las maneras en que el espacio público cultural, incluida allí la prensa, fue una arena de la lucha política, en la que participaban actores de la sociedad civil, así como el Estado; b) el rol de las políticas culturales privadas y estatales como prácticas políticas de la sociedad civil (de actores individuales y colectivos) y como respuestas del Estado a las demandas de dicha sociedad, y c) un caso que muestra cómo las relaciones de un actor individual (redes sociales y lazos débiles) pueden incidir en el Estado y construir instituciones (la Casa de la Cultura Ecuatoriana, CCE), y que muestra, a la vez, cómo las instituciones (con sus prácticas y discursos) modifican las relaciones sociales y sus manifestaciones culturales.*

## **FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

En la presente investigación se trabajó con la corriente estructuralista como enfoque metodológico para el estudio de ciencias sociales que tiene como objeto de estudio las estructuras entendidas como un sistema de transformaciones que entraña unas leyes en tanto que sistema (por oposición a las propiedades de los elementos) y que se conserva o se enriquece por el mismo juego de sus transformaciones, sin que estas lleguen a un resultado fuera de sus fronteras o reclame unos elementos exteriores. En una palabra, una estructura comprende así los tres caracteres de totalidad, transformación y de autorregulación (Piaget, 1980; citado por Beltrán Pérez, 2008). El estructuralismo tuvo su auge en el siglo XX, tiene sus fundamentos en la

Filosofía griega de Aristóteles los cuales fueron reelaborados posteriormente por Averroes en su obra el Colliget (Tratado universal de medicina).

Para José Alberto Marín Morales constituye o parece constituir el punto de partida del actual estructuralismo, a través de los conceptos de mezcla, equilibrio y predominio, y de que todo lo que existe está mezclado en todo, y en especial en el de la temperancia, equilibrio entre las almas o facultades, el espíritu y el calor (Beltrán Pérez, 2008).

Los estructuralistas afirman que los sentidos nos enseñan que los medios de comunicación solo son modalidades de transmisión mediante las cuales se reestructuran determinadas formas que enriquecen su fuerza de expresión; es decir, que son condicionantes para codificar o reforzar lo que en la sociedad tiene ya un sentido (Universidad de Buenos Aires, 2007).

La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. La Teoría de la Comunicación es una reflexión científica muy nueva, pero, en cambio, su objeto de estudio, la comunicación, es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años. (Serrano, 1982).

Conforme a las teorías de la comunicación se trabajó en base al planteamiento de Osgood y Schramm, quienes expresan que no puede comprenderse la comunicación como si se comenzara en un lugar y se terminara en otro.

La comunicación no es un proceso lineal como proponía el modelo de Shannon, y Weaver, sino que es fundamentalmente circular. Por otra parte, centran la atención en la conducta de los actores principales en el proceso comunicativo, a diferencia del modelo de Shannon que apunta a los canales que realizan la mediación entre emisores y receptores de forma primordial. El modelo de Osgood y Schramm (1945) va más allá que el de Fleur al considerar que los participantes en el proceso de comunicación realizan funciones análogas: codificar, descodificar e interpretar. (Citado por Fernández M., 2013).

## FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La Convención Iberoamericana de Derechos de los Jóvenes (2005) determina en el artículo 24 sobre el Derecho a la cultura y al arte que los jóvenes tienen derecho a la vida cultural y a la libre creación y expresión artística. (OIJ, 2005: 23).

La Constitución de la República del Ecuador en el Título II de los Derechos, Capítulo Segundo de los Derechos del Buen Vivir, Sección Tercera de la Comunicación e Información, en el artículo 16, numeral 1 menciona que *‘todas las personas, en forma individual y colectiva, tiene derecho a 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’*.

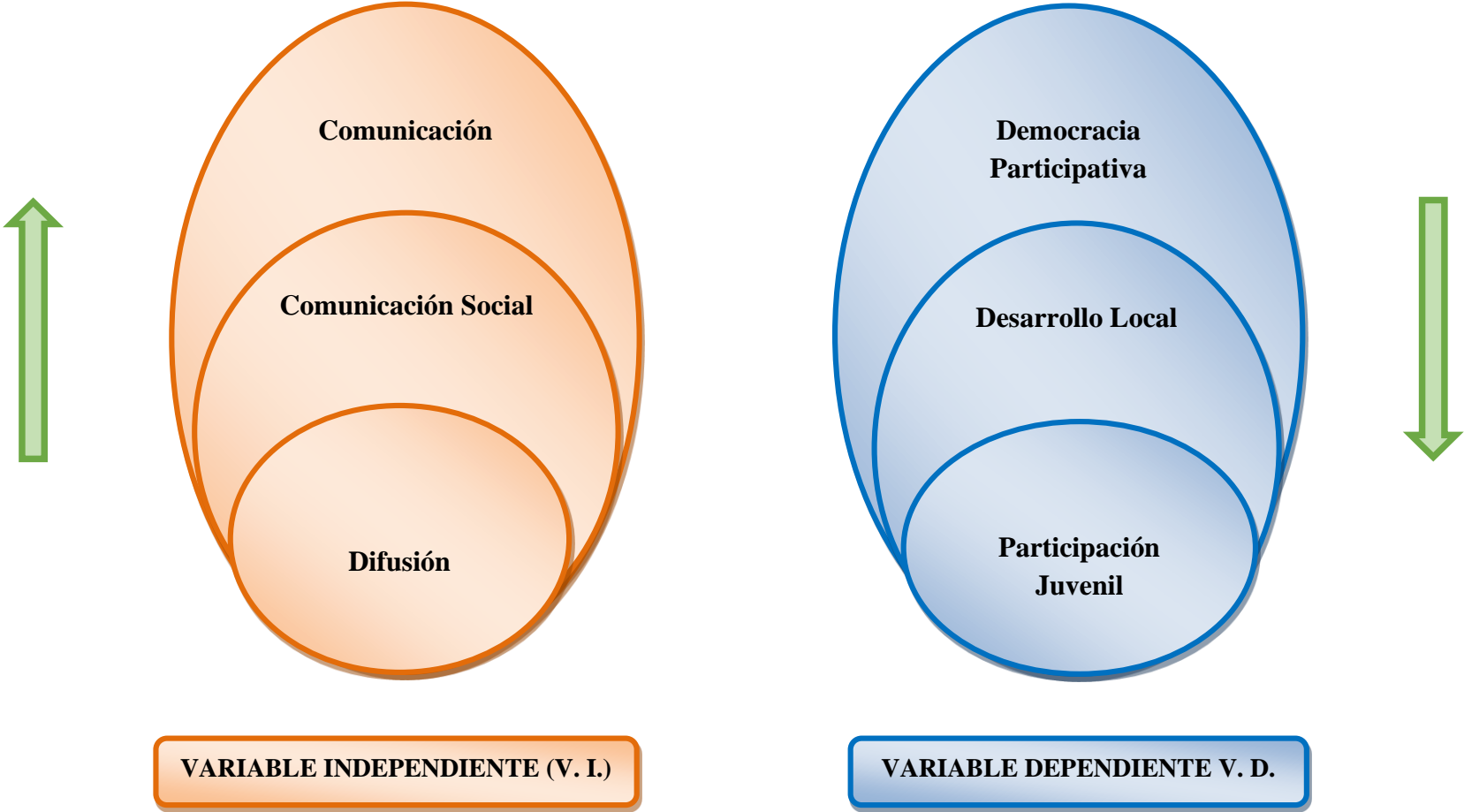
El Título II de los Derechos, capítulo segundo de los derechos del Buen Vivir, Sección Tercera de la Comunicación e Información, artículo 18, numerales 1 y 2, expone que *‘todas las personas, en forma individual y colectiva, tiene derecho a acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas’*.

En la Ley Orgánica de Comunicación, Capítulo II de los Derechos a la comunicación, Sección I de los Derechos de Libertad en el artículo 29 expresa que *‘todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo’*.

En el proyecto de la Ley de Cultura, Título II de los Derechos Culturales, tutela y patrocinio, y Capítulo I de los Derechos Culturales, artículo 16 referente a la participación en el espacio público cita que *‘todas las personas tienen derecho de acceso a bienes y servicios culturales diversos en el espacio público’*. Además *‘el Estado configurará y normará el espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad y adoptará medidas destinadas a promover la participación de todas las personas, colectivos, pueblos y nacionalidades en el espacio público’*.

**CATEGORÍAS FUNDAMENTALES**

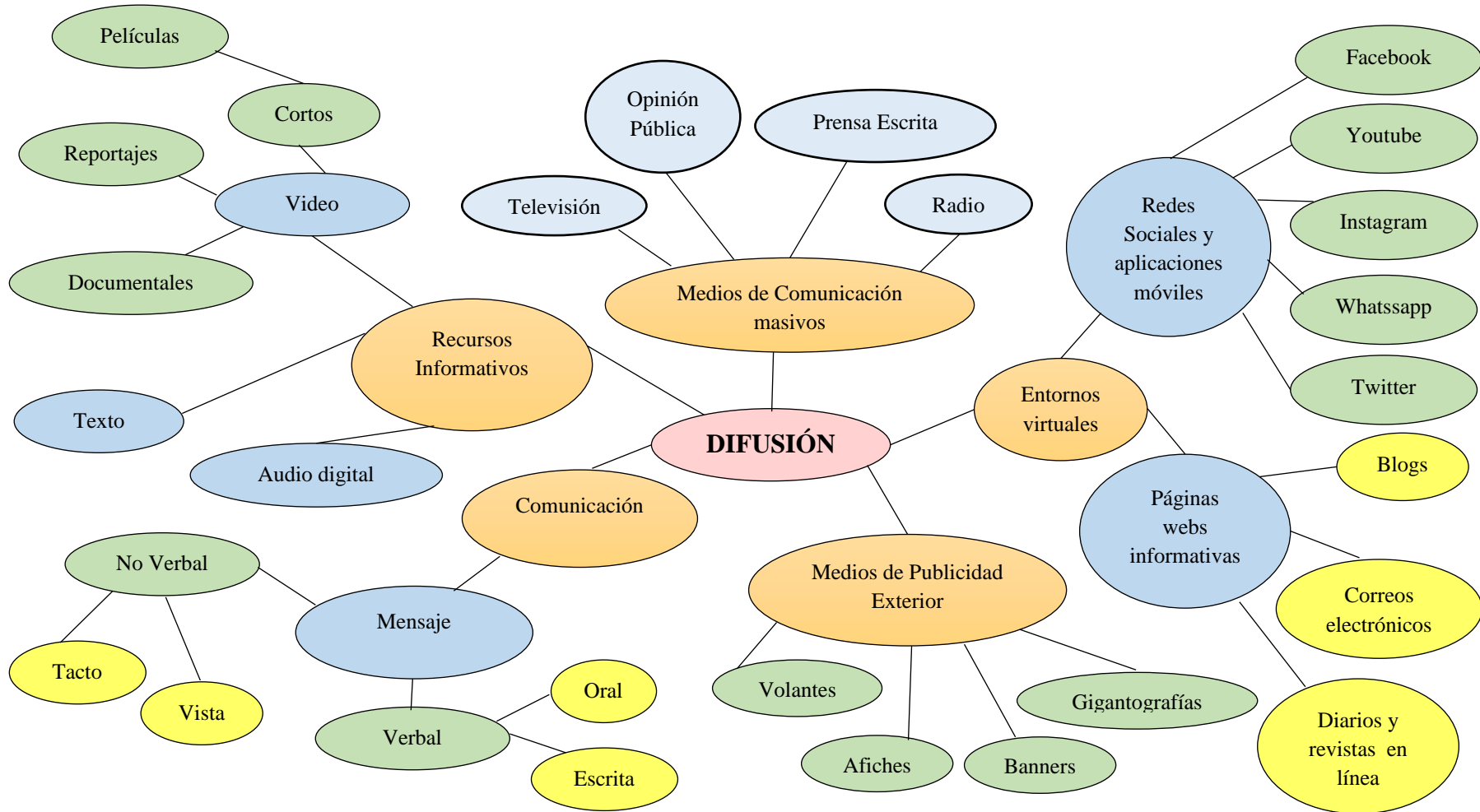
**Gráfico No. 2:** Categorías Fundamentales.



Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo.

# CONSTELACIÓN DE IDEAS. V. I.

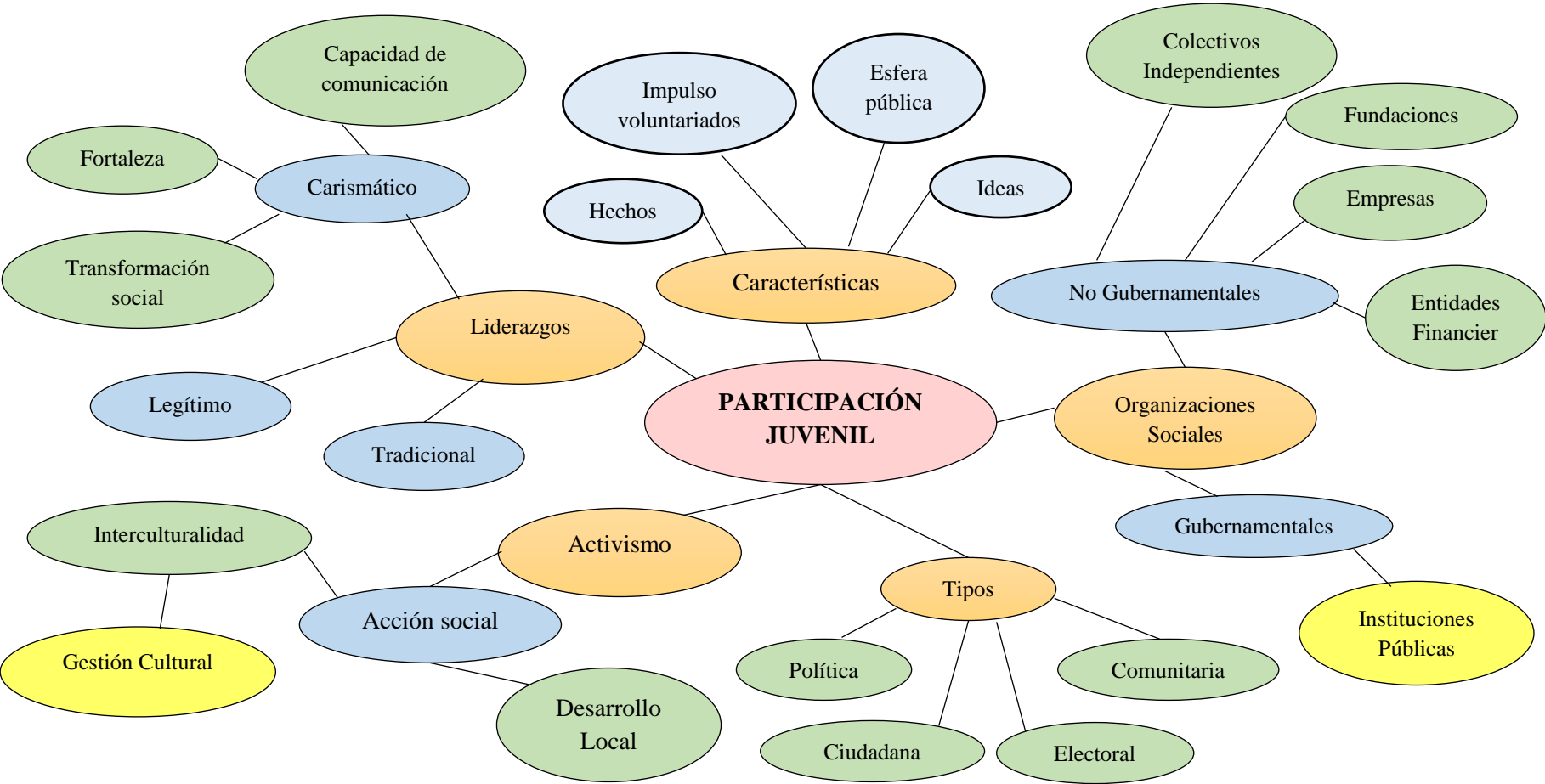
Gráfico No. 3: Constelación de Ideas. V. I.



Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo.

**CONSTELACIÓN DE IDEAS. V. D.**

**Gráfico No. 4:** Constelación de Ideas. V. D.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.



## MARCO CONCEPTUAL. VARIABLE INDEPENDIENTE

### COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. Todos tienen el derecho a comunicarse con el fin de satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de los recursos de la comunicación (Beltrán, 1980:2014).

La carencia de «Padres Fundadores» hace de la reflexión teórica sobre la comunicación una tarea muy incitante y muy comprometida; muy incitante porque la creatividad teórica se ha desplazado desde el campo específico de otras ciencias al de nuestra disciplina, y muy comprometida porque el teórico tiene que arriesgarse a proponer sus propios análisis (Serrano, 1980).

El **Mensaje** es el contenido, fin u objeto de la comunicación. En otras palabras, es la información que el emisor desea transmitir al receptor, siendo el emisor la persona encargada de enviar o dirigir hacia el receptor, la persona que lo recibe.

En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistémico de símbolos (Berlo, 1977:18).

#### **Comunicación no verbal:**

La comunicación no verbal se refiere a todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales (Hunt, 1985; 65). Una seña o señal se refiere a un elemento del comportamiento y presencia de un organismo que es recibido por los órganos sensoriales de otro organismo y que afecta su comportamiento (Argyle, 1975; 5). La comunicación no verbal complementa la comunicación verbal para reforzarla, contradecirla, sustituirla, acentuarla y regularla o controlarla (Knapp, 1972:9-11). Estas señas o señales son gestos, movimientos de la cabeza o corporales, postura, expresión facial, la mirada, proximidad o cercanía,

tacto o relación corporal, orientación, tonalidad de voz y otros aspectos vocales, el vestuario y el arreglo personal (Citado por Eileen, 2004: 40).

La comunicación no verbal se refiere a todo aquel significado que un mensaje puede contener además de las palabras orales o escritas. Una lista de las modalidades de la comunicación no verbal podrán incluir: a) movimiento corporal o conducta kinésica. gestos u otros movimientos corporales, incluyendo la expresión facial, el movimiento ocular y la postura; b) paralenguaje: vocalizaciones, ciertos sonidos no lingüísticos, como la risa, el bostezo, el gruñido y ciertas distorsiones o imperfecciones del habla, como pausas repentinas y repeticiones; e) proxémica: utilización del "espacio social y personal y la percepción que se tiene de éste" (Hall, 1966); d) olfato; e) sensibilidad de la piel al tacto y a la temperatura, y f) el uso de artefactos, como el vestuario y el arreglo personal (Duncan, 1969 citado por Eileen, 2004: 41).

#### **Características de la comunicación no verbal** (Ballon L., 2009)

- Mantiene una relación con la comunicación verbal, pues suelen emplearse juntas.
- En muchas ocasiones actúa como reguladora del proceso de comunicación, contribuyendo a ampliar o reducir el significado del mensaje.
- Los sistemas de comunicación no verbal varían según las culturas.
- Generalmente, cumple mayor número de funciones que el verbal, pues lo acompaña, completa, modifica o sustituye en ocasiones.
- Es efímera (sólo se da una vez y no hay manera de revisión continua, como en la letra impresa).
- Uso de signos (palabras) comunes al emisor y al receptor.
- Posibilidad retroalimentación inmediata.
- La expresión de un mensaje debe ser adecuada al contexto en que ocurre.
- Recursos expresivos como gestos, miradas, actitudes, etc.

En esta comunicación se manejan los sentidos del tacto (sentido corporal con el que se perciben sensaciones de contacto, presión y temperatura) y la vista (sentido corporal con que los ojos perciben algo mediante la acción de la luz).

**Comunicación Verbal:** (UNITEC Ecatepec, 2012) Puede realizarse de dos formas: oral: a través de signos orales y palabras habladas o escrita: por medio de la representación gráfica de signos.

Hay múltiples formas de comunicación oral. Los gritos, silbidos, llantos y risas pueden expresar diferentes situaciones anímicas y son una de las formas más primarias de la comunicación. La forma más evolucionada de comunicación oral es el lenguaje articulado, los sonidos estructurados que dan lugar a las sílabas, palabras y oraciones con las que nos comunicamos con los demás.

Las formas de comunicación escrita también son muy variadas y numerosas (ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, siglas, grafiti, logotipos, entre otros). Desde la escritura primitiva ideográfica y jeroglífica, tan difíciles de entender por nosotros; hasta la fonética silábica y alfabética, más conocida, hay una evolución importante. Para interpretar correctamente los mensajes escritos es necesario conocer el código, que ha de ser común al emisor y al receptor del mensaje.

### **Comunicación Oral:**

- Utiliza el canal auditivo, pues uno percibe las palabras a través del oído.
- Se escuchan los diferentes fonemas de modo lineal, es decir, uno tras otro, ya que no una persona no dice dos palabras simultáneamente.
- El emisor puede retractarse de lo que dice.
- Existe interacción, feedback, retroalimentación entre los hablantes.
- Las palabras a medida que se dicen se van, o sea la comunicación desaparece o es efímera y dura lo que permanece el sonido en el ambiente, no más tiempo.
- Se utilizan soportes verbales y no verbales, así como elementos paraverbales al momento de la acción comunicativa. Movimientos, desplazamientos y distancias; gestos, tonos de voz, uso de apoyo visual y elementos tecnológicos, entre otros.

### **Comunicación escrita**

- Se percibe a través de la visión, pues las palabras se leen y, por ende, se utiliza el sentido de la vista. Esto causa una mayor concentración del lector, pues para entender la idea planteada debe analizar el contenido y evaluar las formas de la escritura o el sentido que tiene ésta.
- La escritura posee un mayor nivel de elaboración que la comunicación oral, pues se tiende a tener más cuidado de las palabras que se plasman. Son importantes los elementos de acentuación, pues le darán sentido a la lectura; pausas, interrogaciones, tildes, comas, etc.

- Existe la posibilidad de relectura, que el destinatario o lector revise las veces que desee el documento o escrito, pues este tipo de comunicación permanece en el tiempo (salvo que sea destruido).
- No hay una interacción instantánea o directa entre emisor y receptor.
- El soporte verbal que es la base en esta comunicación es la escritura, las palabras. Eso no implica que el texto no pueda llevar gráficos, dibujos o diseños, pero lo primordial será el léxico escrito (Socorro Solís, UNITEC Ecatepec 2012).

Cultura oral, cultura escrita, cultura impresa y cultura electrónica son términos que expresan las fases de la historia de la civilización, caracterizadas esencialmente por el vehículo de difusión (Bueno, 1996).

El lenguaje oral, es decir la codificación del pensamiento mediante sonidos producidos por las cuerdas bucales y la laringe, fue, sin duda, es un hecho revolucionario. (Bosco, 1995; citado por Blanquez Entonado: 18).

**Entorno virtual:** Es un espacio o comunidad organizada con el propósito de aprender. La realidad virtual es un sistema o interfaz informático que genera entornos sintéticos en tiempo real, representación de las cosas a través de medios electrónicos o representaciones de la realidad, una realidad ilusoria, pues se trata de una realidad perceptiva sin soporte objetivo, sin red extensa, ya que existe sólo dentro del ordenador. Por eso puede afirmarse que la realidad virtual es una pseudorrealidad alternativa, perceptivamente hablando. Ha sido desarrollada desde diferentes áreas de conocimiento entre ellas la informática, las matemáticas, la física, la ingeniería espacial, pero, ha sido la primera de ellas la más conocida en cuanto a su generación y progreso. (ESPOL, kefranco, 2009).

El ciberespacio es, un sistema de sistemas; un medio de conexión de cosas y personas; una convergencia de productos humanos (materiales y espirituales); un vasto territorio donde concurren máquinas, individuos y grupos sociales, y donde se almacenan, intercambian y confluyen ideas y obras, datos, libros, periódicos, cartas, imágenes, programas de ordenador, vídeos y música de cualquier tiempo y lugar; un foro de encuentro para el intercambio personal, íntimo, público, masivo y comercial; y un nuevo espacio para la interacción humana (finanzas, comercio, educación,

investigación, asociaciones y ONG's, empresas, comunidades globales o locales, etc.). En suma, un mundo paralelo al mundo real, una imagen especular al otro lado de las pantallas o una nueva dimensión de éste que se constituye como el reino de la comunicación, la información, el entretenimiento y el ocio, el comercio, el arte, la cultura, la educación, la investigación, la cooperación, la competencia, etc.

Internet no configura una nueva sociedad, sino que forma parte de ella, aunque se produzca y reproduzca al otro lado de las redes. Esos dos espacios, el de fuera y el de dentro de las redes, están indisolublemente entrelazados y se transforman mutuamente. Los actores somos las mismas personas y los mismos agentes sociales a uno y otro lado de las pantallas, de las redes y las parafernalias tecnológicas. El nacimiento de la galaxia Internet ha dado origen a numerosos estudios y publicaciones sobre las repercusiones de este nuevo espacio social de interacción y sus implicaciones sobre el arte, la cultura, la ciencia, la ecología, la economía, los medios de información y comunicación, el mundo laboral, la empresa, la política y todas y cada una de las actividades humanas. (Lamarca Lapuente, 2013).

Como medio para noticias, Internet está madurando, con cada acontecimiento noticioso mayor, el medio en línea evoluciona. Y aunque los sitios han llegado a ser más responsables y están mejor capacitados para manejar las crecientes demandas de lectores y espectadores, las comunidades en línea y los sitios de noticias personales y de información participan con un papel cada vez más diverso e importante que, hasta hace poco, ha operado sin significativa atención de los medios tradicionales (Bowman, 2003: 8).

**Página Web:** Se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. Tim Berners-Lee (1989) diseñó el primer sistema de comunicación entre un servidor y el cliente. Aquello fue el inicio de la World Wide Web (WWW). Poco después, en 1993, se unificó el lenguaje Web gracias al Hypertext Markup Language (HTML), que aún hoy se usa.

En 2001 ya había 500 millones de personas conectadas a la Web y la banda ancha permitía navegar más horas por semana que el servicio telefónico dial-up. Modelos

de negocios más sustentables y firmes sumados al aumento de la publicidad online posibilitaron que surgieran emprendimientos que serían protagonistas absolutos de la “nueva Web” poco tiempo después, como Google, eBay, Blogger.com, Wikipedia y YouTube, entre otros. (Zanoni, 2008: 22).

**Blog:** O en español también llamado una bitácora web, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El término blog proviene de las palabras web y log ('log' en inglés = diario). El término bitácora, en referencia a los antiguos cuadernos de bitácora de los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en Internet en línea. (Blogía, 2001 citado por Esparza).

Estos sistemas de edición personal han dado paso a un fenómeno que tiene los visos de una revolución –al dar a cualquiera con el talento y la energía correctos la habilidad para ser escuchado a lo largo y ancho de la Web-. Los weblogs son diarios en línea frecuentemente actualizados, con entradas en orden cronológico inverso y numerosos enlaces, que ofrecen registros actualizados y detallados de la vida de sus autores, de noticias o de un tema de interés (Bowman, 2003: 8).

**Revista electrónica:** Las revistas electrónicas son publicaciones periódicas que se generan a través de elementos electrónicos. Sus características principales son la rápida difusión, el ahorro de coste y la fiabilidad para su uso, ya que un documento electrónico puede ser manipulado constantemente. Muchas son distribuidas a través de servidores mediante password, como SciencDirect.

El anuncio de una publicación impresa: es una réplica a la edición impresa que solo le ponen un formato electrónico. Intervienen además la edición simultánea en formato impreso – electrónico y la edición electrónica pura que no tiene su equivalente en papel (Pinto, 2014).

**Red Social:** Creado por Internet y los modernos servicios de telefonía móvil para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente. Para aprovechar los beneficios

de una Red Social, lo primero que se debe hacer es usarla y conocerla a fondo; es decir, primero hay que registrarse como usuario e interactuar entre las comunidades que allí se desarrollan. (Zanoni, 2008: 86 - 111).

En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes. Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales, estamos conectados mucho antes de tener conexión a Internet (Ponce, 2012).

**Aplicación Móvil:** Es aquella desarrollada especialmente para ser ejecutada en dispositivos móviles como un teléfono celular, tabletas y similares. Estas aplicaciones tienen características especiales para poder funcionar en estos dispositivos móviles que, por lo general, tienen menos capacidad de procesamiento y almacenamiento que computadoras de escritorio o notebooks (Alegsa, 2014).

**Correo electrónico:** El correo electrónico, también conocido como e-mail (del inglés, electronic mail); es un servicio de red que permite mandar y recibir mensajes con múltiples destinatarios o receptores, situados en cualquier parte del mundo.

Para usar este servicio se necesita cualquiera de los programas de correo electrónico que ofrece la red. En un mensaje de correo electrónico, además de un texto escrito, puede incluir archivos como documentos, imágenes, música, archivos de video, etc. La facilidad de uso, su rapidez y el abaratamiento de costos de la transmisión de información han dado lugar a que la mayoría de las instituciones, empresas y particulares tengan en el correo electrónico su principal medio de comunicación, desplazando del primer lugar a la correspondencia tradicional, al teléfono y al fax (Orozco, 2014).

## **MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**

Los medios masivos de comunicación están presentes en la sociedad de manera habitual, proporcionando a la población una gran cantidad de información pero, de manera sutil e invisible, la gente recibe a través de los mensajes diferentes concepciones del mundo, de la sociedad, de las relaciones sociales en suma de la

realidad, que están cargadas de valores y cumplen una función educativa. Estos supuestos inconscientes, traducidos en valoraciones y actitudes frente al mundo, no siempre son concebidos por los mismos productores y propietarios de los medios masivos de comunicación de manera intencional, pues no es pura estrategia ideológica, en varias oportunidades esto se origina por la falta de capacidad académica, para saber que la función orientadora debe ser igualitaria, no selectiva (Caro Hernández, 2011).

El profesor mexicano Pablo Casares señalaba que tanto en la comunicación organizacional como en el estudio académico de la comunicación social, se ha pasado por etapas similares en cuanto al enfoque comunicativo: de los medios masivos de comunicación, en los años sesenta, tanto en el análisis crítico de los medios y su manejo (políticas de medios) como en el uso de los medios de comunicación en las organizaciones (publicaciones, videos, etc.); a la comunicación a nivel grupal e interpersonal, en los años setenta (los análisis de la cotidianidad en las organizaciones o en las comunidades); para llegar a análisis más completos en los que el concepto de cultura ocupa un lugar fundamental, en los ochenta (Alonso, 2006).

Los medios masivos son canales artificiales que el hombre ha creado para llevar sus mensajes a auditorios representativos. Su existencia misma, indica un desarrollo tecnológico y además, un funcionamiento corporativo o empresarial. Los medios por lo general necesitan para su desarrollo de organizaciones estables, profesionales y complejas. En otras palabras, se requiere de vigilancia financiera, de considerable personal humano especializado en diversas áreas y de controles normativos y administrativos. Se advierte contra la tendencia a conceder demasiada importancia a los medios en sí, incurriendo en el error de creer que el desarrollo tecnológico de los modernos medios de comunicación es el factor desencadenante de un problema de comunicaciones antes inexistentes. Las nuevas tecnologías sólo han expandido una función, la de comunicarse, que es esencial, permanente e inherente a la naturaleza social del hombre. Los nuevos medios sólo han venido a ampliar una capacidad preexistente y a facilitar una función esencial, no a engendrarla.

El problema esencial sigue siendo el de la comunicación humana y no el de los medios o de su desarrollo.



Los medios de comunicación de masas son un fenómeno del siglo XX. El cine y la radio alcanzaron una presencia social intensa en los años veinte y treinta y la televisión, cuando ya se había cumplido la primera mitad del siglo. Los medios, de esa manera, han tenido un crecimiento paralelo al desarrollo económico y cultural de las sociedades contemporáneas. Mientras mayores son la circulación de capital y la riqueza financiera de un país, mayor suele ser el acceso de sus habitantes a los medios. Ello no significa que, por sí solos, los medios sean productores de bienestar material en las sociedades para las cuales difunden sus mensajes (Trejo Delarbre, UNAM, 1998).

El papel de la comunicación en un proceso educativo trasciende el uso de medios: y está lejos de ser integrado por la sola introducción en forma unidireccional de "materiales educativos" impresos, de programa de radio y televisión o de videos y audiocassettes. Ello no lleva, por supuesto, a negar utilidad a estos recursos; pero sí a reconocer que, así concebidos y empleados, poco contribuyen a resolver el problema central aquí planteado, esto es, el de promover procesos de autoeducación (Kaplún, 2001: 43).

La globalización ha cambiado el sentido de la cultura, los que tienen acceso a la globalización a través de los medios de comunicación y están en posibilidad de emplear las nuevas tecnologías, pueden participar en la "nueva cultura". Nuestra vivencia diaria se desarrolla, cada vez más, en ambientes construidos por la información, que es difundida por los medios de información y comunicación, e interiorizada por cada uno de nosotros. Es así como nuestro ambiente rutinario, real y concreto, es sustituido por un entorno cultural nutrido de símbolos y códigos (Morales Campos, 2010: 19, 52).

**Medios de Publicidad Exterior:** Es un medio dirigido al público en movimiento, usualmente en vías de transportación terrestre, y siempre fuera de casa. Están conformados por los llamados anuncios espectaculares o carteleras, los anuncios denominativos (aquellos que identifican a un negocio en su fachada o sobre el terreno que ocupe el inmueble), por la publicidad adherida en medios de transporte colectivos, por los anuncios colocados en donde los pasajeros esperan para abordar y por aquellos que son colocados en el interior de los centros comerciales.

Es por ello que los exteriores son un medio completa y totalmente visual como altamente creativo. Sin embargo, ante la saturación creciente de los medios electrónicos e impresos y el crecimiento de las concentraciones urbanas, los consumidores mantienen algo en común: se desplazan desde su hogar para estudiar, trabajar y divertirse. Además con los avances en la tecnología de computación gráfica y los nuevos sistemas de impresión, los anuncios espectaculares (exteriores) se han convertido en una opción imprescindible (Galindo, 2004).

**Audio Digital:** El audio digital es la representación de señales sonoras mediante un conjunto de datos binarios. Un sistema completo de audio digital comienza habitualmente con un transceptor (micrófono) que convierte la onda de presión que representa el sonido a una señal eléctrica analógica.

Esta señal analógica atraviesa un sistema de procesado analógico de señal, en el que se puede realizar limitaciones en frecuencia, ecualización, amplificación y otros procesos como el de compasión. La ecualización tiene como objetivo contrarrestar la particular respuesta en frecuencia del transceptor utilizado de forma que la señal analógica se asemeje mucho más a la señal audio originaria (López, 2006).

**Video:** Según la Real Academia Española (RAE, 2014) es el sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética u otros medios electrónicos.

## DIFUSIÓN

El proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o en darle la posibilidad de obtenerla. Se trata de una operación documental de salida. En su sentido más amplio engloba todas las modalidades de transmisión de documentos o referencias informativas: desde la comunicación verbal de una referencia concreta hasta la edición de boletines bibliográficos periódicos o el libro acceso de una parte de los fondos para su consulta por el usuario (Castillo, 2005).

El concepto de difusión solo se explica cuando existe un tráfico entre entidades sanas, bien definidas; en otras palabras, cuando tiene sentido el tratamiento de las

culturas como todos separados. Es dudoso, por lo tanto, si continua siendo explicativo. Si no hay regias, no hay excepciones; si no hay totalidades globales y cerradas en sí mismas, no hay difusión.

La difusión, que fue un evento perturbador en la cotidianidad de las culturas, se ha convertido ahora en su modo diario de existencia. La idea de difusión o de intercambio transcultural no ayuda a comprender la cultura contemporánea. (Bauman, 1999: 78).

## **MARCO CONCEPTUAL. VARIABLE DEPENDIENTE**

### **PARTICIPACIÓN**

La Real Academia Española (RAE, 2014) define la participación como la acción y efecto de participar, en esta definición aparentemente simple, se encuentran tres conceptos que se deben analizar para su comprensión integral. Según la RAE la palabra participar significa tomar parte de algo, si se habla de acción nos referimos al ejercicio de hacer y por el término efecto se debe entender aquello que sigue por virtud de una causa, es decir, el fin para lo que se hace algo. Por lo anterior se puede decir que participación es un proceso, que incluye la posibilidad de hacer, al tomar parte de algo, con la finalidad de provocar una reacción, participar entonces debe ser comprendida como una causa y como una consecuencia.

Si la participación es una causa se debe atender la necesidad de investigar qué es lo que provoca, cuáles son los productos de ésta; si la participación es una consecuencia, se debe investigar qué factores intervienen para motivarla.

De manera general Rebollo y Martí (2002, citado por Dueñas) señalan que la participación no es una finalidad en sí misma sino un medio para conseguir algo, advierten que debe ser comprendida como un derecho y no como un mero cumplimiento formal. Si se asumiera como ambos autores sugieren debe entenderse no únicamente como un derecho a reunirse, sino como un derecho a conformarse en grupos para lograr un objetivo, y ejercerse como un proceso que no se trate solamente de la convocatoria para conformar al grupo, sino para el logro, seguimiento y evaluación de objetivos.

Por otro lado, Geilfus (1997) también defiende la idea de la participación no como un estado fijo, más bien como un proceso gradual en cuya escala de niveles, las personas se mueven constantemente, dependiendo de varios factores tanto endógenos como exógenos: el estado de ánimo, la disponibilidad del tiempo o el grado de compromiso que tienen las personas con su entorno (Dueñas y García, 2012).

Desde los enfoques participativos, importa el protagonismo de las comunidades y su participación en procesos en los cuales se crean y comparten percepciones, conocimientos e información, proporcionándoles así, un sentido de pertenencia. Esto implica una concepción de participación basada en la existencia de ciudadanos activos, informados, motivados, provistos de herramientas para discutir las cuestiones públicas, sus deseos y necesidades, tomar decisiones y acordar a una voluntad colectiva que involucre las diferentes posturas individuales (Mario Robirosa y otros, 1990, citado por Unicef, 2006: 24).

**Participación Juvenil:** Los jóvenes constituyen un segmento importante de la población de América Latina y el Caribe, de gran relevancia en los debates sobre las estrategias de desarrollo. A pesar de que el concepto de juventud se construye socialmente de acuerdo con el contexto histórico, y no necesariamente alude a un rango de edad cerrado, en esta investigación se acota a la población de 15 a 29 años (Trucco y Ullman, 2015: 17).

Según Bourdieu (1990) juventud es una creación social para definir un período etario que debiera cumplir, en nuestra época, con ciertas expectativas, pero que no siempre ha sido tratado como un actor social en sí mismo. La juventud emerge históricamente como un grupo de agentes posibles de analizar y tematizar, en el momento en que la mayoría tiene acceso a la enseñanza y se enmarca, de esta forma, en un proceso de moratoria de responsabilidades que en épocas anteriores no se daba. El joven vive así un estatuto temporal en que no es ni niño, ni adulto (Hopenhayn, 2004).

**Participación Política:** Todas las clasificaciones de participación podrían considerarse políticas, ya que lo que las incentiva es justamente una necesidad de tratamiento sobre un tema o problemática específica que envuelva a la comunidad o nación.

Es el derecho y posibilidad con la que cuenta un ciudadano para intervenir en las decisiones políticas.

A veces puede ser la elección de un representante, la militancia en un partido, o la integración de una ONG. Pero lo que la distingue, es que mantiene siempre la característica de la acción conjunta observable de un grupo de personas durante un tiempo sostenido, en el cual se llevan a cabo distintas actividades de carácter público, para deliberar e incidir en las decisiones del bien estar social.

La participación política, así mismo, es una herramienta de información, formación y acción, que invita a los sujetos a participar activamente en torno a las distintas medidas que surjan del estado o los representantes políticos, manifestando distintas posturas, apoyando o no distintas medidas y permitiendo plantear otras, dentro del régimen democrático.

La participación **social** esta contempla el entorno de la esfera privada y los fenómenos de agrupación a este nivel, en la participación social los sujetos se relacionan individualmente con otras instituciones sociales o, en muchos casos, la organización es mínima.

La participación **comunitaria**, se vincula con el desarrollo comunitario y se refiere a la participación en un cierto nivel que permite alcanzar mejoras inmediatas en las condiciones y niveles de vida; las mismas que se logran por autogestión o iniciativa propia.

La participación **ciudadana** aquí se muestra un mayor grado de organización e integración, en este nivel los individuos se agrupan y organizan con el fin de intervenir directamente en asuntos de la esfera pública que los afecta.

La participación **política**, esta participación implica el reconocimiento de la existencia de "intereses públicos" o comunes desde la sociedad civil organizada. (Cunill, 1999: 54).

**Activismo:** Es el que contiene elementos que pueden resumirse en la noción de una serie de acciones más o menos organizadas que tienen como meta el logro de un cambio en la comunidad —presuponiendo que ese cambio significa una mejora. Los terrenos que son claros para el activismo son los políticos, económicos, sociales en

general y ambientales —en los que el activismo defiende una de las varias posibles opiniones sobre el asunto que le incumbe.

Las formas del activismo son muy variadas —pueden ir desde el envío de cartas a gubernamentales hasta la colocación de bombas en lugares públicos, Es decir, varían en su nivel de combatividad o militancia, siendo quizá las protestas callejeras la más visible de sus formas (Girondella, 2011).

## **INTERCULTURALIDAD**

Proceso de comunicación e interacción entre personas y grupos con identidades culturales específicas, donde no se permite que las ideas y acciones de una persona o grupo cultural esté por encima del otro, favoreciendo en todo momento el diálogo, la concertación y con ello, la integración y convivencia enriquecida entre culturas. Las relaciones interculturales se basan en el respeto a la diversidad y el enriquecimiento mutuo.

## **GESTIÓN CULTURAL**

Conjunto de estrategias utilizadas para facilitar un adecuado acceso al patrimonio cultural por parte de la sociedad. Definida como la gestión de recursos para la ejecución de proyectos para el mercado, como factor importante del desarrollo social. Para gestionar se requiere más una proximidad al hecho cultural, el gusto por lo artístico y apreciar los valores de la cultura, que disponer de competencias y capacidades técnicas adecuadas. Es el fruto del desarrollo de nuevas políticas culturales que ya no dependen exclusivamente de la acción de los organismos públicos sino de una gran sinergia de los diferentes agentes culturales que inciden en el desarrollo del sector cultural.

El concepto de gestión puede abarcar muchas lecturas y posiciones, pero su utilización en algunas nuevas profesiones responde a la necesidad de llevar a cabo nuevas funciones en el proceso de desarrollo de nuestras sociedades. No podemos olvidar que la misma gestión de la cultura puede ser respuesta a diferentes intervenciones de diversos agentes sociales. Es decir la gestión cultural adquirirá un

sentido político y técnico diferente si se realiza desde la sociedad civil y las ONG's o desde el sector industrial (Directorio Iberoamérica de Centros de Formación, 2015: 32).

**Desarrollo Local:** Es un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo en condiciones de dignidad, justicia y libertad (Beltrán, 1973-2005: 15).

El desarrollo era concebido como la extensión de modernas técnicas y capacidades para la organización social.

Éstas eran construidas y transmitidas desde los países centrales industrializados para modernizar a las sociedades consideradas atrasadas, “sub desarrolladas” o “del tercer mundo”, e incorporarlas a la dinámica económica mundial.

Entre las características promueve el desarrollo de la comunidad, incluyendo en la agenda de la mayor cantidad de actores sociales, contribuye en la generación de las condiciones básicas de desarrollo: información y capacitación; formación de actitudes y articulaciones favorables entre actores locales; acciones de incidencia en la generación de políticas públicas orientadas a satisfacer las necesidades de la población y planifica e implementa proyectos para potenciar la capacidad económica, fortalecer la identidad cultural y el diálogo político de la localidad o región (Unicef, 2006).

## **LIDERAZGO**

Según el Diccionario de la Lengua Española (1986), liderazgo se define como la dirección, jefatura o conducción de un partido político, de un grupo social o de otra colectividad.

El Diccionario de Ciencias de la Conducta (1956), lo define como las cualidades de personalidad y capacidad que favorecen la guía y el control de otros individuos.

### **Características de un líder**

El líder debe tener el carácter de miembro, es decir, debe pertenecer al grupo que encabeza, compartiendo con los demás miembros los patrones culturales y significados que ahí existen.

La primera significación del líder no resulta por sus rasgos individuales únicos, universales (estatura alta, baja, aspecto, voz, etc.).

Sino que cada grupo considera líder al que sobresalga en algo que le interesa, o más brillante, o mejor organizador, el que posee más tacto, el que sea más agresivo, más santo o más bondadoso.

Cada grupo elabora su prototipo ideal y por lo tanto no puede haber un ideal único para todos los grupos. d) En cuarto lugar. El líder debe organizar, vigilar, dirigir o simplemente motivar al grupo a determinadas acciones o inacciones según sea la necesidad que se tenga. Estas cuatro cualidades del líder, son llamadas también carisma.

Por último, otra exigencia que se presenta al líder es la de tener la oportunidad de ocupar ese rol en el grupo, si no se presenta dicha posibilidad, nunca podrá demostrar su capacidad de líder (Solórzano, 2012).

## **ORGANIZACIÓN SOCIAL**

La organización social es un sistema inserto en otro más amplio, que es la sociedad con la cual interactúa; ambas se influyen mutuamente. La organización está constituida por un grupo de individuos que unen actuaciones para alcanzar determinados propósitos. Lo que caracteriza a las organizaciones sociales es que, para alcanzar sus objetivos, cada uno de sus integrantes debe desempeñar una función o cumplir un papel particular que, de alguna manera, es diferente de los demás y que los roles del resto de sus integrantes demandan, con el fin de llevar a cabo las funciones propias.

La organización social se constituye, entonces, en una red de relaciones de interdependencia entre sus componentes que cumplen funciones diferentes, lo que se denomina Patrón Sinérgico. Los contratos entre las partes de la organización son el instrumento por medio del cual se definen y delimitan las relaciones de interdependencia que se desarrollan entre ellas como resultado de la división del trabajo (Roman, 2011).



**Organizaciones Gubernamentales (OG's):** Es una institución estatal cuya administración está a cargo del gobierno de turno. Su finalidad es brindar un servicio público que resulta necesario para la ciudadanía. Por lo general, los servicios brindados por los organismos gubernamentales son gratuitos y se solventan a través de los impuestos y de otros ingresos que percibe el Estado. El Presupuesto Nacional se encarga de determinar cuántos fondos recibe cada organismo gubernamental. En algunos casos, los organismos gubernamentales también generan sus propios fondos o parte de ellos (Villeda, 2013).

**Organizaciones no Gubernamentales (ONG's):** Es cualquier grupo no lucrativo de ciudadanos voluntarios, que está organizada a nivel local, nacional o internacional.

El campo de acción de una ONG puede ser local, nacional o internacional. La asistencia sanitaria, la protección del medio ambiente, el fomento del desarrollo económico, la promoción de la educación y la transferencia tecnológica son sólo algunos de los asuntos que incumben a este tipo de organizaciones. La Cruz Roja, fundada en 1863, es una de las ONG más antiguas del mundo. (Pérez, 2010).

## **HIPÓTESIS**

**H1** = Hipótesis alterna

**H0** = Hipótesis nula

- **H1.** La difusión de actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua **fomenta** la participación de la juventud ambateña.
- **H0.** La difusión de actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua **no fomenta** la participación en la juventud ambateña.

## **SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

### **Variable Independiente**

Difusión

### **Variable Dependiente**

Participación

## CAPITULO III

### METODOLOGÍA

#### ENFOQUE

El enfoque de la investigación es **mixta**, tomando en cuenta los aspectos, cualitativo y cuantitativo que se manejaron conforme a las variables, mediante el empleo de las técnicas de recolección de la información, como la observación, encuestas y entrevistas. *"El enfoque mixto es como un matrimonio, dos paradigmas distintos, pero en la práctica son complementarios"* (Hernández Sampieri, 2011).

Para el logro de las variables se comprendieron, evaluaron y confirmaron datos claves para reconocer el grado de importancia que el problema planteado; y se establecieron escalas de medición para discernir la información, previa a la obtención de resultados. En base a la observación se establecieron diferentes parámetros para la detección de eventuales anomalías, y el pronóstico de lo que sucedió a partir de ciertos indicios. Así este proyecto reafirmó el nivel de relevancia que tiene la difusión de las actividades artísticas y culturales en la participación de la juventud.

#### MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

**De campo:** Se realizó esta modalidad por cuanto se realizó en el lugar de la investigación, con los resultados alcanzados por la población involucrada. Además es 'no-experimental', por cuanto no se controlaron las variables, siendo su carácter sistemático y empírico.

**Documental – Bibliográfica:** Esta investigación se trabajó mediante una descripción cuidadosa y ordenada del conocimiento publicado, seguido de una interpretación. Se estudiaron los problemas con el propósito de ampliar y profundar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente de trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se reflejó en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones,

conclusiones, recomendaciones y, en general, con el pensamiento del autor. (Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Tesis Doctorales. 1998).

Se amplió y profundizó la investigación mediante el uso de bibliografías, linkografías, documentos históricos, álbumes de actividades culturales, fotografías, registros de participación, afiches, entre otros recursos tanto físicos como virtuales.

## **NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación es **exploratorio-descriptivo**, pues el modelo de referencia que utilizado en la investigación, determinó niveles de importancia, que se tomaron al momento de realizar la exploración y estructura que fue aplicada para aspectos trascendentales, que ayudaron para explicar cómo incide la difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) en la participación de la juventud ambateña.

Por otra parte la captación de los mensajes emitidos por el público investigado arrojó datos que fueron interpretados y analizados mediante una descripción de datos y su impacto en la sociedad.

Se llegaron a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **Determinación de la Población**

La población de estudio de la investigación estuvo conformado por estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato (UTA) como referentes directamente ligados a las variables de difusión y participación.

Además intervienen quienes en su vida profesional se vincularán al quehacer artístico - cultural como periodistas, actores sociales o gestores culturales.

## CÁLCULO DE LA MUESTRA

Estudiantes de Comunicación Social

**Tabla No. 1:** Cálculo de Muestra de población

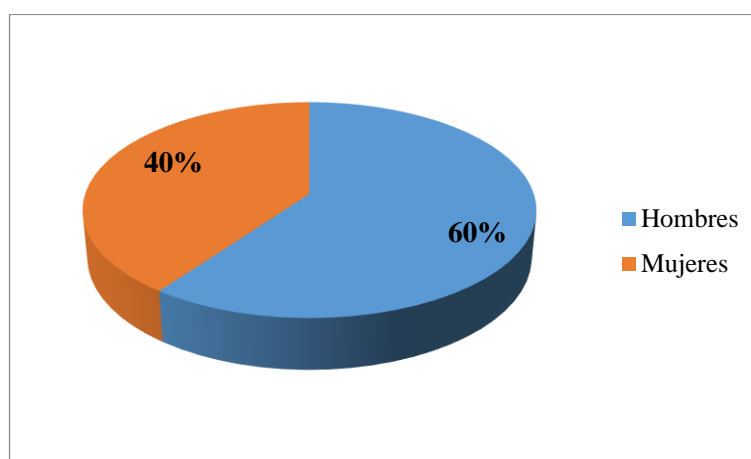
Población	Número	Porcentaje
Hombres	129	40%
Mujeres	184	60%
<b>Total:</b>	313	100 %

Fuente: Universidad Técnica de Ambato (UTA-2015)

Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo

### Representación Gráfica.

**Gráfico No. 5:** Distribución de la población por sexo.



Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo.

### Determinación de la muestra

En la presente investigación aplicamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times P \times Q \times Z^2 \times \alpha/2}{(N \times e^2) + P \times Q \times Z^2 \times \alpha/2}$$

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Tamaño de la población

**P** = Probabilidad de éxito

**P** = Probabilidad de éxito – 0,5

**Q** = Probabilidad de error – 0,5

**e** = Error de muestre – 0,05

**Z<sub>x/2</sub>** = Coeficiente de la variable – 1,96

$$n = \frac{N \times P \times Q \times Z^2_{x/2}}{(N \times e^2) + P \times Q \times Z^2_{x/2}}$$

$$n = \frac{313 \times 0,5 \times 0,5 \times 1,96^2}{(313 \times 0,05^2) + 0,5 \times 0,5 \times 1,96^2}$$

$$n = \frac{78,25 \times 3,84}{(313 \times 0,0025) + 0,25 \times 3,84}$$

$$n = \frac{300,48}{0,78 + 0,96}$$

$$n = \frac{300,48}{1,74}$$

$$n = 172,689$$

$$n = 173 //$$

c. Distribución de la cuota de muestreo

Personas = **173**

La población a encuestar es de 173.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Variable Independiente:** La difusión de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua.

**Cuadro No. 1:** Matriz de Operacionalización de Variables. V. I.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumento
La <b>difusión</b> se encarga de transmitir conocimientos, información, costumbres, datos, noticias.  Además es un proceso por a partir del cual se extienden valores culturales.	Transmisión de conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Libros, registros.</li> <li>- Recortes de prensa</li> <li>- Fotografía y video</li> </ul>	¿Qué servicios brinda la institución cultural? ¿Qué documentos justifican las actividades realizadas por una institución cultura?	Encuesta	Cuestionario
	Medios de información.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radio, TV, Prensa Escrita, medios online.</li> <li>- Redes sociales y páginas web</li> </ul>	¿Qué medios de información utiliza la juventud para conocer de los eventos? ¿Cuáles son las herramientas virtuales que utiliza con mayor frecuencia la juventud?	Encuesta	Cuestionario
	Valores culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costumbres y tradiciones</li> <li>- Idioma, lenguas</li> <li>- Ritos y leyendas</li> </ul>	¿Qué valores culturales posee nuestra ciudad? ¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más representativas de nuestra localidad? ¿Qué interés tiene la juventud de la localidad por los ritos y leyendas?	Encuesta	Cuestionario

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

**Variable Dependiente:** La participación de la juventud.

**Cuadro No. 2:** Matriz de Operacionalización de Variables. V.D.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
La participación es un conjunto de acciones e iniciativas de un ciudadano o un grupo bajo la pretensión de impulsar el desarrollo local y la democracia participativa.	Desarrollo Local	- Prácticas comunitarias.	¿Qué importancia tiene la participación juvenil dentro las actividades culturales?	Encuesta	Cuestionario
	Democracia Participativa	- Formación Ciudadana - Asociación - Toma de Decisiones	¿Qué campos sugieren una democracia participativa? ¿Cómo la formación ciudadana incide en la libertad de asociación y toma de decisiones de la juventud? ¿Qué institución cultural promueven la democracia?	Encuesta	Cuestionario
La organización juvenil es un escenario de formación.	Organización Juvenil	- Gestión Cultural - Liderazgos - Trabajo en equipo	¿Qué herramientas comunicacionales permiten el fortalecimiento de las organizaciones juveniles? ¿Cuál es el nivel de la gestión cultural en la juventud? ¿Qué medios de información fortalecen los liderazgos juveniles y el trabajo en equipo de esta población?	Encuesta	Cuestionario

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## **PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN**

El presente trabajo investigativo se realizó, mediante la encuesta realizada a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato (UTA) de la provincia de Tungurahua.

Se procedió a la revisión crítica de la información recogida; es decir, limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.

También se tabularon los datos según las variables de cada hipótesis: manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

En las preguntas y respuestas se abrevió a la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua por CCENT.

1. Diseño y depuración del instrumento.
2. Validación del instrumento.
3. Revisión de la información recogida.
4. Separación de la información defectuosa.
5. Repetición de la recolección en caso de fallas.
6. Tabulación de datos.
7. Codificación de datos en tablas.
8. Traficación en Excel de los datos obtenidos.
9. Presentación en cuadros y gráficos.
10. Interpretación de datos.
11. Presentación de datos.



## PLAN DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**Cuadro No. 3:** Matriz de Plan de Recolección de Datos.

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
1. ¿Para qué?	Para determinar cómo la difusión de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) incide en la participación en la juventud.
2. ¿De qué personas u objetos?	De la población estudiantil perteneciente a la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato (UTA).
3. ¿Sobre qué aspectos?	Acerca del proceso de difusión, transmisión e información de mensajes, medios de información, participación, desarrollo local, democracia participativa.
4. ¿Quién?	Santiago Javier Hernández Carrillo.
5. ¿Cuándo?	Durante los meses de octubre a diciembre de 2015.
6. ¿Dónde?	Universidad Técnica de Ambato.
7. ¿Cuántas veces?	1 ocasión.
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuestas
9. ¿Con qué?	Cuestionario estructurado.
10. ¿En qué situación?	En el desarrollo de la investigación.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

**Encuesta dirigida a estudiantes de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato.**

**Pregunta 1.** ¿Considera usted que las estrategias comunicacionales que emplea actualmente la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) contribuyen a la difusión de sus actividades?

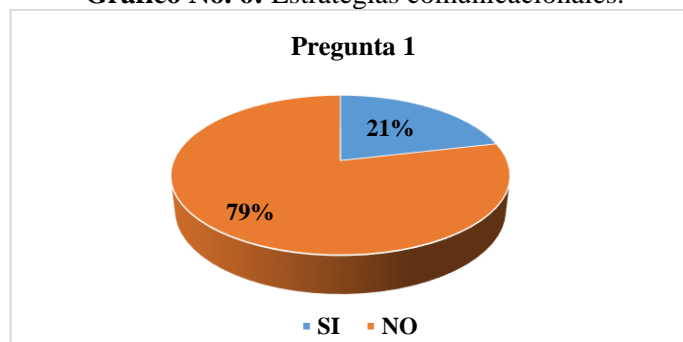
**Tabla No. 2:** Estrategias comunicacionales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	37	21%
NO	136	79%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 6:** Estrategias comunicacionales.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

#### **Análisis:**

El 21% de la población encuestada consideran que las estrategias comunicacionales que emplea la CCENT contribuyen a la difusión de sus actividades, frente a un 79% que no lo considera así.

#### **Interpretación:**

Con las cifras arrojadas, más de la tercera parte de la población han mostrado su negativa ante la pregunta planteada.

**Pregunta 2.** ¿En qué nivel considera usted que se encuentra la difusión de las actividades de la CCENT?

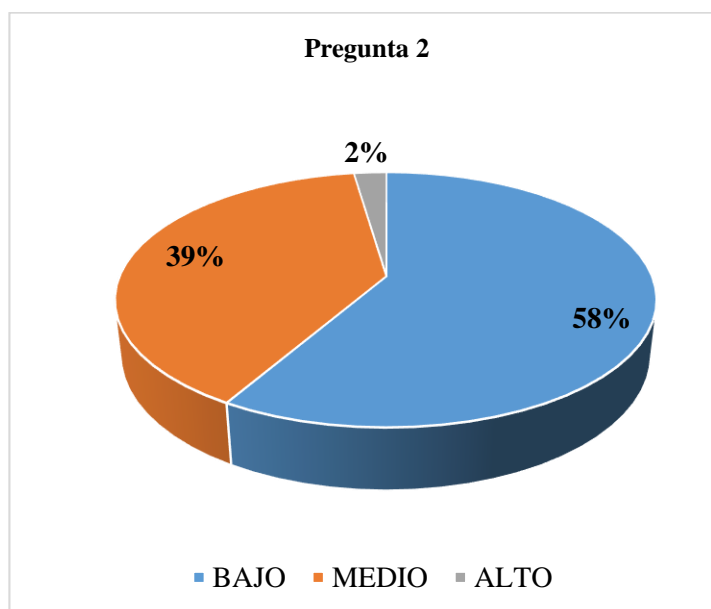
**Tabla No. 3:** Nivel de difusión

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BAJO	101	59%
MEDIO	68	39%
ALTO	4	2%
<b>TOTAL</b>	173	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 7:** Nivel de difusión.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Análisis:**

El 58% de la población considera que el nivel de difusión de las actividades de la CCENT es Bajo; el 39 % se estableció en un nivel Medio y solo el 2% considera que es Alto.

**Interpretación:**

Se percibe que más de la mitad de la población espera una mejor difusión de las actividades que realiza la CCENT, pues la meta es alcanzar el nivel alto con un mayor porcentaje. A pesar de ello la tercera parte de la población se pronunció en favor del ítem medio, asumiendo que la difusión de la entidad es regular.

**Pregunta 3.** ¿Considera usted que la CCENT debe fomentar la participación de la juventud en las diferentes actividades que desarrolla?

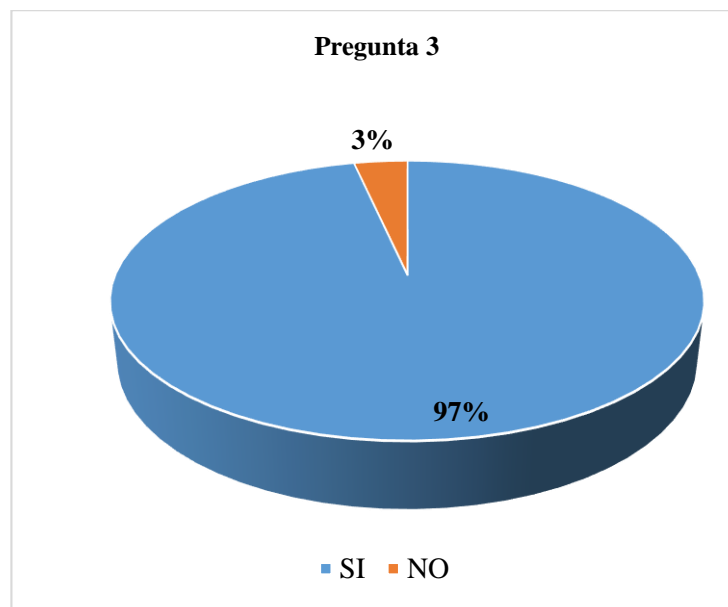
**Tabla No. 4:** Participación de la juventud

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	167	97%
NO	6	3%
<b>TOTAL</b>	173	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

**Gráfico No. 8:** Participación de la juventud



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

**Análisis:**

El 97% de la población afirma que la CCENT debe fomentar la participación de la juventud en las diferentes actividades que desarrolla, frente a un 3% que no lo consideran necesario.

**Interpretación:**

Las respuestas han generado un impacto en la investigación porque casi todas las personas sugieren que se debe fomentar la participación de la juventud de las actividades que viene realizando la CCENT, un aspecto muy importante de consideración pues enfoca aquella retroalimentación entre institución y jóvenes.

**Pregunta 4.** ¿En cuántas ocasiones ha utilizado usted la página web de la CCENT para obtener información?

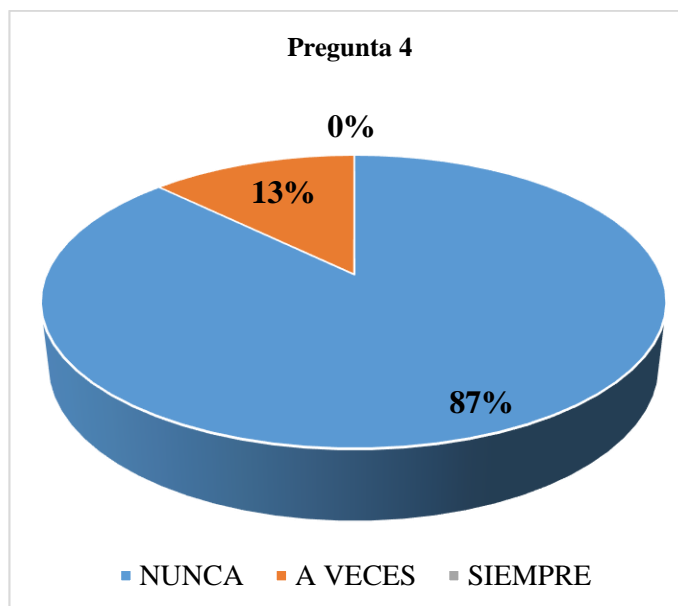
**Tabla No. 5:** Utilización de la página web

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	151	87%
A VECES	22	13%
SIEMPRE	0	0%
<b>TOTAL</b>	173	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

**Gráfico No. 9:** Utilización de la página web



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

**Análisis:**

El 87% de las personas encuestadas manifestaron que nunca han utilizado la página web de la CCENT para obtener cualquier tipo de información, un 13% manifestó que a veces y ninguno se pronunció por la opción siempre.

**Interpretación:**

Un alto índice de la juventud encuestada no utiliza la página web de la CCENT, fuera de encuestas varias sugerencias de la escasa población que a veces ingresa a la página web, acerca de que la institución cultural debe fortalecerla porque es un medio importante de consulta, donde se pueden visibilizar actividades, biografías, registros, fotografías, culturales, libros y revistas.

**Pregunta 5.** ¿Qué tipo de producto comunicacional debería presentar la CCENT respecto a las actividades que realiza?

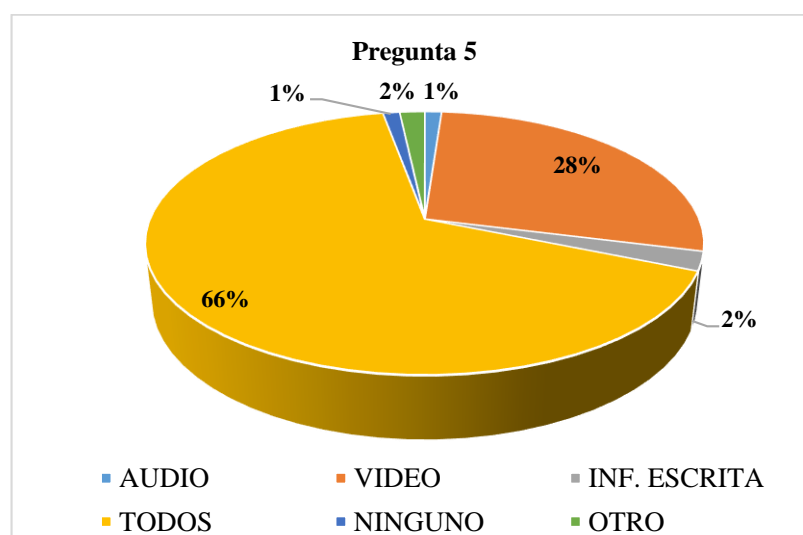
**Tabla No. 6:** Productos comunicacionales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AUDIO	2	1%
VIDEO	48	28%
INF. ESCRITA	4	2%
TODOS	114	66%
NINGUNO	2	1%
OTRO	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 10:** Productos comunicacionales.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Análisis:**

El 1% optó porque el producto comunicacional que la CCENT debe presentar respecto a sus actividades debería ser en audio, el 1% contestó que ninguno, el 2% dio opciones como educomunicación y redes sociales, un 2% optó por información escrita; el 28% por video y 66% restante sugiere que todas las opciones son válidas.

**Interpretación:**

La población determinó que la CCENT debe realizar un producto audiovisual sobre sus actividades, que esté al alcance de todas las personas y además fortalecer sus productos comunicacionales en audio e información escrita.

**Pregunta 6.** ¿Con qué frecuencia ha visitado usted la CCENT?

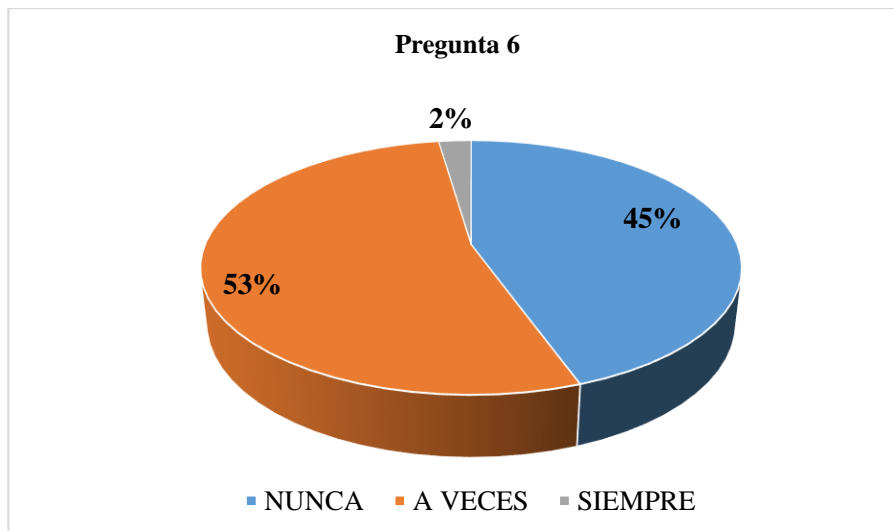
**Tabla No. 7:** Visitas a la CCENT

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	77	45%
A VECES	92	53%
SIEMPRE	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 11:** Visitas a la CCENT.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Análisis:**

El 53% de la población encuestada ha visitado en varias ocasiones la CCENT, un 45% nunca lo ha hecho y solo un 2% manifestó que visita siempre la entidad siendo la frecuencia más baja.

**Interpretación:**

La mitad de la población encuestada conoce la dirección de la institución, donde han llegado a conocer la CCENT, sin especificar el motivo de la visita. La ubicación es estratégica para que las personas puedan llegar a este lugar, porque está en una manzana céntrica donde se hallan varias instituciones públicas y privadas. Sin embargo hay valores divididos entre la opción de a veces y la de nunca, este último, porque las personas no han sentido la necesidad de visitar la institución.

**Pregunta 7.** ¿Con qué frecuencia ha participado usted de las actividades que realiza la CCENT?

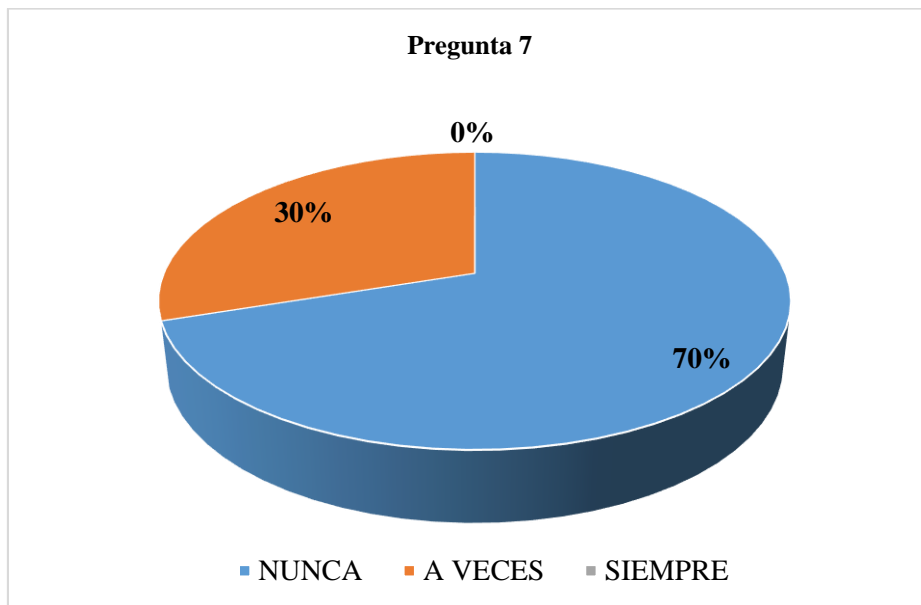
**Tabla No. 8:** Frecuencia de Participación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	121	70%
A VECES	52	30%
SIEMPRE	0	0%
<b>TOTAL</b>	173	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 12:** Frecuencia de Participación.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Análisis:**

El 70% dijo que nunca ha participado de las actividades que realiza la CCENT, frente a un 30% que dijeron varias veces hacerlo y la opción de siempre marcó el 0%, referenciando el escaso nivel cultural de muchos jóvenes.

**Interpretación:**

La participación juvenil en los diferentes campos artísticos que ofrece la CCENT, como asistentes o protagonistas de las actividades, refleja que la tercera parte de la población encuestada aún no ha llegado a involucrarse con la entidad.



**Pregunta 8.** ¿Cuál de los siguientes medios de información considera adecuado para la difusión de las actividades de la CCENT?

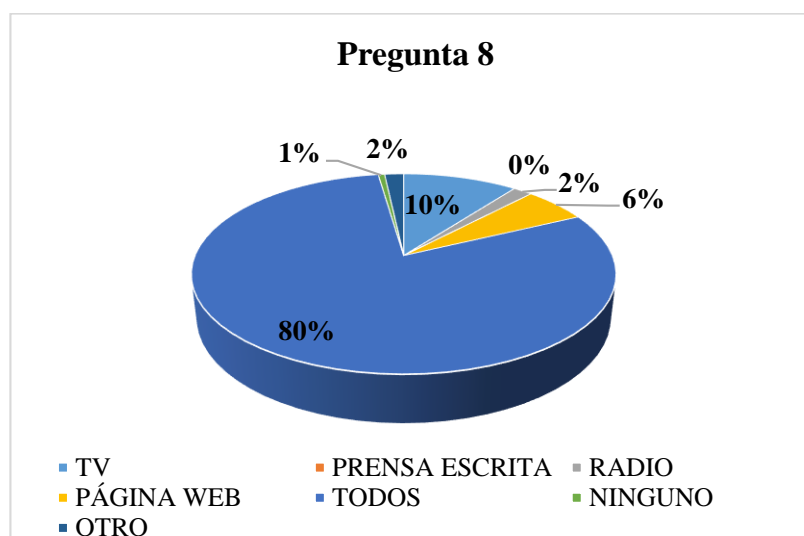
**Tabla No. 9:** Medios de información.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	18	10%
PRENSA ESCRITA	0	0%
RADIO	3	2%
PÁGINA WEB	10	6%
TODOS	138	80%
NINGUNO	1	1%
OTRO	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 13:** Medios de información.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Análisis:** La prensa escrita como opción independiente obtuvo un 0%, el 1% cree que ninguno es adecuado, el 3% sugirió radio, otro 3% apostó por redes sociales, el 10% por página web, un 18% optó por televisión y el 80% considera que todas las opciones anteriores son adecuados para la difusión de actividades de la CCENT.

**Interpretación:** Se evidencia que los medios de comunicación aún se mantienen vigentes con la población juvenil, aunque haya masivo manejo de las nuevas tecnologías, frente a la televisión como medio tradicional.

**Pregunta 9.** ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que utiliza la juventud para conocer sobre las actividades culturales que se desarrollan en la localidad?

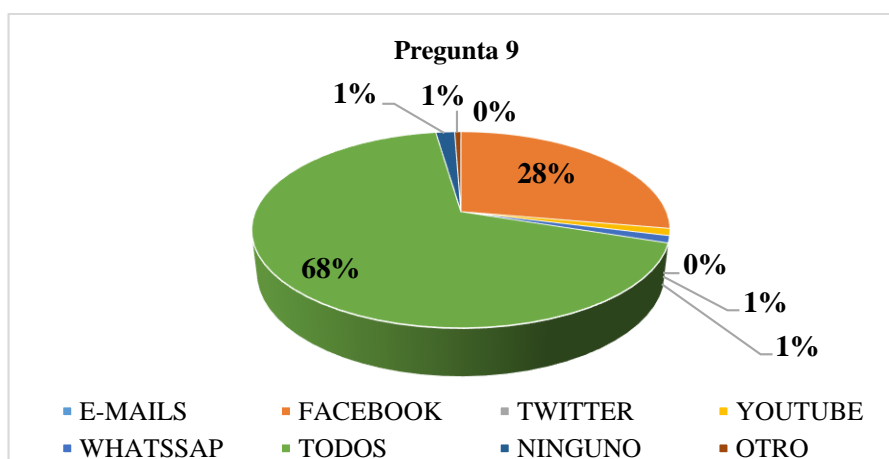
**Tabla No. 10:** Medios que utiliza la juventud

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
E-MAILS	0	0%
FACEBOOK	48	28%
TWITTER	0	0%
YOUTUBE	2	1%
WHATSSAP	2	1%
TODOS	117	68%
NINGUNO	2	1%
OTRO	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 14:** Medios que utiliza la juventud.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Análisis:**

El 68% sugieren que todas las redes sociales anteriormente expuestas, son utilizadas por la juventud para conocer las actividades culturales de la localidad, sin embargo un 28% apostó en particular que facebook es el centro de los medios virtuales y el 4% restante corresponde a las opciones de ninguno u otros.

**Interpretación:**

Las respuestas obtenidas sugieren que facebook sigue como líder en los medios virtuales en la juventud local, como la red social que acerca más a las personas con las actividades del entorno.

**Pregunta 10.** ¿Cuál de los siguientes campos artísticos considera usted que debería impulsar la CCENT en la juventud?

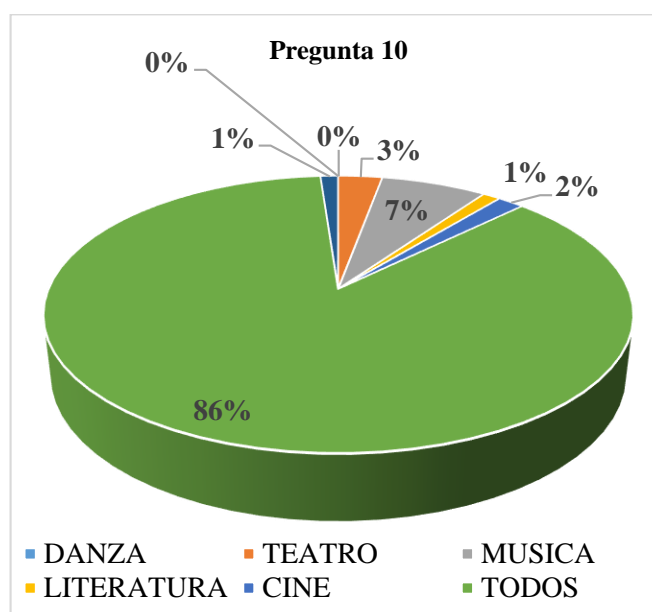
**Tabla No. 11:** Campos artísticos de la Casa de la Cultura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DANZA	0	0%
TEATRO	5	3%
MUSICA	12	7%
LITERATURA	2	1%
CINE	3	2%
TODOS	149	86%
NINGUNO	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Gráfico No. 15:** Campos artísticos de la CCENT.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Análisis:**

El 86% de los participantes sugieren que todas son importantes y que se deberían potenciar, el 14 % restante se divide entre música, teatro, literatura y cine.

**Interpretación:**

La sociedad acepta la importancia de cada una de las artes y que por ende la CCENT debe fortalecerlas.

## VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

### Planteamiento de Hipótesis

#### a) Modelo Lógico

##### **H1.**

La difusión de actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) fomenta la participación de la juventud ambateña.

##### **HO.**

La difusión de actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) no fomenta la participación en la juventud ambateña.

#### b) Modelo Matemático

##### **Hipótesis Nula H0 =**

Respuestas Observadas = Respuestas Esperadas.

##### **Hipótesis Alternativa H1 =**

Respuestas Observadas  $\neq$  Respuestas Esperadas.

##### **Nivel de Significación**

La probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es falsa es de 5%, es decir, el nivel de confianza es del 95%.

##### **Estadístico de Prueba**

Para la verificación de la hipótesis se utilizó la fórmula del “Chi-cuadrado”, de ahí que, de la encuesta empelada como técnica de investigación se escogieron dos (2) preguntas.

## Encuesta realizada a estudiantes de Comunicación Social

**Pregunta 1.** ¿Considera usted que las estrategias comunicacionales que emplea actualmente la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) contribuyen a la difusión de sus actividades?

**Tabla No. 12:** Estrategias Comunicacionales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	37	21%
NO	136	79%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Pregunta 3.** ¿Considera usted que la CCENT debe fomentar la participación de la juventud en las diferentes actividades que desarrolla?

**Tabla No. 13:** Participación de la juventud

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	167	97%
NO	6	3%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

De las dos (2) preguntas elegidas se obtuvo la siguiente tabla:

**Tabla No. 14:** Respuestas Observadas

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
P1: ¿Considera usted que las estrategias comunicacionales que emplea actualmente la CCENT contribuyen a la difusión de sus actividades?	37	136	173
P3: ¿Considera usted que la CCENT debe fomentar la participación de la juventud en las diferentes actividades que desarrolla?	167	6	173
<b>TOTAL</b>	<b>204</b>	<b>142</b>	<b>346</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

**Tabla No. 15:** Respuestas Esperadas

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
P1: ¿Considera usted que las estrategias comunicacionales que emplea actualmente la CCENT contribuyen a la difusión de sus actividades?	102	71	173
P3: ¿Considera usted que la CCENT debe fomentar la participación de la juventud en las diferentes actividades que desarrolla?	102	71	173
<b>TOTAL</b>	<b>204</b>	<b>142</b>	<b>346</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a la población.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## CÁLCULO DE CHI CUADRADO

### Fórmula

$$X^2 = \frac{\sum (O - E)^2}{E}$$

$X^2$  = Valor a calcularse de Chi-cuadrado.

$\sum$  = Sumatoria.

**O** = Respuestas observadas de la investigación.

**E** = Respuestas esperadas o calculadas.

### Resolución de la Fórmula

**Tabla No. 16:** Resolución de la Fórmula

O	E	(O - E)	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup> /E
37	102	-65	4225	41,42
136	71	65	4225	59,51
167	102	65	4225	41,42
6	71	-65	4225	59,51
<b>Total <math>X^2c =</math></b>				<b>201,86</b>

**Fuente:** Encuesta realizada por el investigador.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## Regla de Decisión

Si  $X_{2c} > X_{2t}$  rechazo  $H_0$  y acepto  $H_1$ .

## Grados de Libertad

$$gl = (c-1)(h-1)$$

**gl** = Grados de libertad

**c** = Columnas de la tabla

**h** = Filas o hileras de la tabla

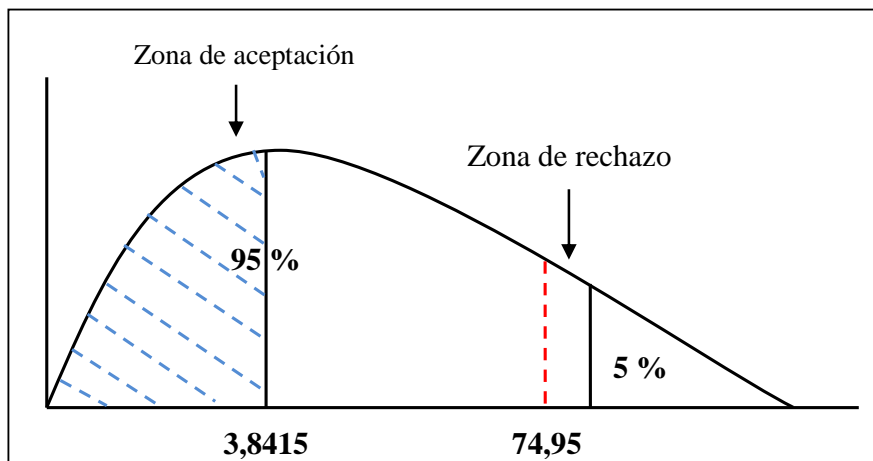
$$gl = (2-1)(2-1)$$

$$gl = 1*1$$

$$gl = 1$$

Con un nivel de significación de 5% y 1 grado de libertad  $X_{2t} = 3,8415$ .

**Gráfico No. 16:** Campana de Gauss



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## Conclusión de la Hipótesis

El valor de  $X_{2c} = 74,95 > X_{2t} = 3,8415$  y de conformidad a lo establecido en la Regla de Decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, se confirmando que la difusión de actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) fomenta la participación de la juventud ambateña.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

Las brechas de comunicación entre la juventud y las instituciones en general, sugieren un análisis exhaustivo, no solamente en el ámbito cultural, social o de la información, sino en otras áreas como la política, la ingeniería, la economía, la agricultura, la medicina e inclusive en el sector educativo desde la academia.

Con los resultados obtenidos se establece que la comunicación entre la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) y la juventud, se fortalecerá mediante la difusión de productos audiovisuales y un trabajo arduo en redes sociales.

El nivel de interés de la población juvenil con respecto a las actividades culturales está dado por el manejo adecuado del contenido, imágenes, creatividad entre otros recursos y herramientas que utilice la institución, previo a difundir su información.

Los medios de información de masas como puente entre la juventud y la institución en escala media, han realizado su labor en el intento de convencer la población, pues quienes consumen en mayor rango estos medios tradicionales son las personas pertenecientes de la población adulta – 30 años en adelante – por cuanto la audiencia juvenil sugiere más los mecanismos virtuales (facebook, whatsapp, Twitter, instagram) y menos físicos para la socialización de las agendas culturales.

Finalmente el mayor obstáculo es el no-reconocimiento de la cultura que generan los mismos jóvenes, la invisibilidad de sus espacios de relación y de creación colectiva. Así, las expresiones creativas juveniles carecen de altavoces, y por ende necesitan de una mayor difusión para ser dignificadas como tales.

Con relación a las generaciones adultas, una mayor proporción de jóvenes está actualmente ejerciendo el derecho de acceso y participación en la cultura, lo que se



encuentra asociado a los mayores niveles educativos con que cuentan. Sin embargo, estos avances son insuficientes, ya que existen obstáculos que limitan a muchos jóvenes que aún se encuentran alejados del acceso y la participación en la cultura por factores socioeconómicos y educativos.

Para garantizar el acceso y la participación de la juventud latinoamericana en la cultura se requiere de políticas orientadas a remover esos obstáculos y a una redistribución del capital cultural.

## **RECOMENDACIONES**

El levantamiento de la información permitió detectar cuáles son las principales acciones que se deben ejecutar en la Casa de la Cultura Ecuatoriano Núcleo de Tungurahua (CCENT), para que la institución pueda obtener resultados favorables con este sector generacional.

Las nuevas tecnologías de la información – con sus ventajas y desventajas – como sistema social y eje conductor en el siglo XXI, conlleva muchos retos para quienes se dedican profesionalmente al quehacer artístico-cultural y para todas las instituciones que trabajan con personas de diferentes edades.

Las estrategias que sucedan a esta investigación deben ser manejadas bajo criterios técnicos, que involucren procesos metodológicos y una adecuada planificación.

Los esquemas y modelos de innovación deben ser utilizados al momento de elaborar la agenda o programación cultural.

Con lo antes manifestado se sugieren las siguientes recomendaciones que la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) debería tomar en cuenta para fortalecer su comunicación con la juventud y con los diferentes sectores de la sociedad:

- Elaboración de un video institucional, promocional o informativo de las actividades que realiza la entidad, y compartirlos en las redes sociales youtube,

facebook, página web, twitter, correos electrónicos entre otras redes sociales de libre acceso para todas las personas.

- Promoción y difusión de los servicios en todos los medios posibles sobre los servicios que presta a la comunidad (Museo, Biblioteca, Sala de Internet gratuito, Taller de Artes Plásticas, Teatro, Danza, Grupo Coral, espacios para reuniones, conferencias y actos formales e informales, auspicios, etc.), y la juventud debería prestar más interés en el ámbito cultural de la localidad.
- Diseño de un sistema social de redes sociales con las diferentes universidades y unidades educativas de la provincia, con el objetivo de incentivar a la niñez, adolescencia y juventud a que sean partícipes de las diferentes actividades artísticas.
- Fortalecimiento de los medios virtuales mediante la interacción con los diferentes públicos, sondeos de opinión y participación ciudadana sobre aspectos que debería fortalecer la institución.
- Creación de un mural o cartel informativo donde se muestren las actividades artísticas que hay en la semana, artículos relevantes que hayan sido publicados por miembros de la institución, escritores o ciudadanía en general.
- Creación de un departamento de Comunicación Digital y Promoción Cultural, que sea un artífice en la consecución de los diferentes actos, organización, mediación y difusión permanente de las actividades que llevará a cabo la institución.
- Creación de un balcón de servicios en la planta baja, mediante información para la ciudadanía sobre las actividades y servicios, asesoramiento para los diferentes trámites de auspicios, uso de locales, información cultural de la provincia y buzón de sugerencias.

Lo que sería necesario para fomentar la acción y la participación en la cultura es conectarlo con la educación en todas sus áreas y que la difusión masiva sea más accesible.

## CAPITULO VI

### PROPUESTA

#### TEMA

Creación de un video informativo sobre los servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT).

#### DATOS INFORMATIVOS

**Área:** Comunicación Social

**Institución Ejecutora:** Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT)

**Dirección:** Bolívar 18-34 y Montalvo

**Teléfono:** (03) 2-820338

**Responsable:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

**Página web (nacional):** <http://www.casadelacultura.gob.ec/> Galerías (Vídeo)

**Beneficiarios:** Juventud.

**Ubicación:** Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT).

#### ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La Casa de la Cultura Ecuatoriana es una institución pública encargada de generar de manera permanente procesos de desarrollo cultural concertados entre la comunidad y las entidades públicas, destinado a la preservación, transmisión y fomento de las muestras artísticas y culturales.

Sin embargo la difusión, formación, capacitación, investigación, organización y apoyo a la creación artística, es uno de los ejes que debe fortalecer la institución; existe el acceso a los espacios y las actividades frecuentes desde de las instituciones culturales, sin embargo los actores involucrados en esta investigación no se sienten identificados con el accionar cultura, ni tampoco tienen el frecuente acceso a la información de las actividades artísticas.

La difusión de las actividades que realiza la institución tiene un valor referencial para la comunidad, quienes están atentos a la actividad artística que se genera en la localidad, en gran proporción por las redes sociales.

## **JUSTIFICACIÓN**

El acceso de los jóvenes a la cultura —como un derecho fundamental— es una condición para la generación de oportunidades que posibiliten la expresión del sujeto de manera que este se desarrolle en toda su plenitud y participe activamente en la sociedad. Una parte de este sector sugiere la creación de un video como alternativa para informar de las actividades que realiza la institución involucrada en la presente investigación.

Ejercer el derecho de acceso y participación en la cultura contribuye al desarrollo humano y al bienestar de la juventud. Además, la participación en la vida cultural y la libertad de expresión artística son fundamentales para forjar sociedades inclusivas e igualitarias

El sector cultural actualmente también incluye a las nuevas tecnologías de la comunicación, o tecnologías digitales, en la medida en que estas han tenido un profundo impacto en las formas de producción, circulación y consumo de los bienes culturales.

El mayor acceso de los jóvenes a la cultura sin duda contribuye a la inclusión social de las nuevas generaciones. Sin embargo, existen obstáculos que limitan el acceso de muchos jóvenes que se mantienen alejados de la cultura por factores socioeconómicos y educativos o por la falta de tiempo libre. Aún persisten, por lo tanto, grandes desafíos para que efectivamente la cultura se constituya en un ámbito clave de inclusión social, lo que requiere de políticas orientadas a remover esos obstáculos.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) carece de un vídeo que informe sobre los servicios que brinda a la comunidad, por este motivo se dio esta propuesta ante necesidad de fortalecer la comunicación entre la institución y

la juventud. Así la población investigada sugiere que el producto comunicacional que debía presentar la entidad, sea a través de un video.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Crear un vídeo informativo sobre los servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT), y posteriormente subirlo a la página virtual Youtube, a fin de que la juventud conozca los espacios, actividades y opciones de las cuales pueden ser partícipes.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Recopilar la información necesaria (documentos, fotografías, agendas culturales, datos históricos) de la Casa la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) para sustentar el trabajo audiovisual.
- Efectuar las entrevistas necesarias que sustenten el trabajo que realiza la Casa la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT), con la juventud ambateña.
- Realizar las diferentes tomas e imágenes en movimiento de las instalaciones de la Casa la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT), los servicios que brinda y las actividades que se desarrollan en la institución.
- Editar el audio e imágenes en movimiento (post-producción) que se obtuvieron, mediante el uso de programas de edición (imagen, audio y video), estructurando cada una de las partes (fotogramas y secuencias) que conformarán el producto final como es el vídeo.

## **ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

**Factibilidad Política:** Las políticas institucionales que promueve la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) son:

- Concertación con los actores culturales, para el logro de una participación efectiva en el desarrollo de los diferentes procesos.
- Movilización de esfuerzos para dotar a la Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE) de una infraestructura administrativa, material y humana que permita receptor y procesar adecuadamente las acciones de servicio mediante equipos de trabajo.
- Fortalecimiento y desarrollo de la gestión cultural, mediante un óptimo aprovechamiento de los recursos y esfuerzos sostenidos.
- Preservación y encause de los intereses de la difusión de la cultura hacia la ciudadanía, como finalidad institucional.

**Factibilidad Socio – Cultural:** Es importante el apoyo que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) con esta investigación, mediante el acceso a las instalaciones y espacios esto es Salones de la planta baja, Sala de Exposiciones Temporales, Museo, Salón de Honor, Biblioteca, Secretaría – Presidencia, Sala de Grabación, Terraza; así como a los documentos y archivos como Recortes de Prensa, Invitaciones, Afiches, guardados en el Álbum de Actividades.

Existe además la predisposición desde el departamento de Presidencia para trabajar conjuntamente con la juventud en diferentes las actividades y proyectos que propongan al Núcleo. Además se cuenta con la colaboración de varios gestores culturales y personas ligadas directamente al quehacer artístico en presentar opiniones o criterios respecto a la entidad involucrada y su relación con la juventud.

**Factibilidad Tecnológica:** Para la elaboración de esta propuesta se cuenta con los insumos tecnológicos para llevarla a cabo como: cámaras fotográficas, grabadora de mano, laptop, acceso a internet. También se puede socializar este vídeo en la fanpage de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT).

Para el libreto y guiones, se pensó en utilizar el celular al momento de la grabación, así como las entrevistas que se van a realizar, desde este aparato electrónico, al final de la propuesta se posteará el video en internet (redes sociales, página web o

youtube), y únicamente se reproducirán los CD's necesarios para sustentar el presente trabajo.

**Factibilidad Organizacional:** Existe el trabajo en equipo y liderazgo cultural dentro de la institución, para la búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer con oportunidad las expectativas ciudadanas, a base de concertación de fuerzas y de compromisos de los diferentes sectores internos de trabajo, en consecuencia, dinamismo y creatividad de las autoridades y servidores para lograr una sostenida y equilibrada participación y apoyo mutuo, como la base del mejor enfrentamiento de problemas y sus soluciones.

Además integrar y mantiene equipos de trabajo interdisciplinario, y promueve la polifuncionalidad de las actividades, que apunten a profesionalizar la fuerza del trabajo y a la aplicación de políticas y métodos más viables para el manejo del régimen remunerativo, sustentado en la evaluación de resultados.

**Factibilidad Equidad de Género:** Se contará con entrevistas tanto de hombres como de mujeres en igualdad de condiciones para propiciar este apartado, en el caso de dos personas de la misma institución (mujer y hombre) y por otra parte de la población juvenil dedicada al quehacer artística, dos personas de ambos géneros.

**Factibilidad Ambiental:** Para esta propuesta se pensó en la protección del medioambiente, evitando el uso excesivo de papel, en el caso de elaborar textos que muchas veces quedan en el olvido, pues mucha gente se informa de mejor manera observando videos o escuchando productos auditivos.

**Factibilidad Económica – Financiera:** El presente proyecto de investigación lo financia el investigador, quien asume cada uno de los costos y gastos que se presenten durante el desarrollo de la misma. En este caso se ha desglosado de forma básica las cantidades a utilizarse.

En el ítem de Talento Humano o Investigador el costo es de \$100<sup>oo</sup> (incluye viáticos y subsistencias), para Recursos Materiales se necesita \$50<sup>oo</sup> en útiles de oficina e

impresiones, y para producción y postproducción la cantidad de 150<sup>oo</sup>, valores que se detallan en la siguiente tabla:

**Cuadro No. 4:** Factibilidad económica – financiera

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Talento Humano</b>				
Investigador	1	Meses	-	\$ 100,00
<b>Recursos Materiales</b>				
Útiles de oficina e impresiones	-	-	-	\$ 50,00
Producción y pos-Producción				\$ 150,00
<b>Subtotal</b>				\$ 300,00
<b>10% Imprevistos</b>				\$ 30,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 330,00</b>

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## **FUNDAMENTACIÓN**

### **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El derecho a participar en la vida cultural está reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966).

La Convención Iberoamericana de Derechos de los Jóvenes (2008), afirma que los jóvenes tienen derecho a la vida cultural y a la libre creación y expresión artística, un



hecho que compromete a los poderes públicos a estimular y promover la creación, fomentar, respetar y proteger las culturas autóctonas y nacionales y desarrollar programas de intercambio e integración cultural entre los jóvenes de Iberoamérica (Baltà, Jordi, INTERARTS, 2012: 5).

La Constitución de la República del Ecuador de 2008 en el Título II de los ‘Derechos’, capítulo segundo de los derechos del ‘Buen Vivir’, sección cuarta de la ‘Cultura y Ciencia’, en el artículo 23 argumenta que ‘todas las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales’ (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En la misma carta magna el Título II de los Derechos, capítulo tercero de los ‘Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria’, sección segunda de ‘Jóvenes’, en el artículo 39 menciona que el Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público.

De la misma constitución en el Título II de los Derechos, capítulo sexto de los ‘Derechos de Libertad’, el artículo 66 en su numeral 25 establece el reconoce y garantiza a las personas ‘el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características’.

La presente propuesta se fundamenta en el Proyecto de Ley de Cultura, En el Título I, de los Ámbitos fines y principios, Capítulo II de los Principios, artículo 16 promueve la participación en el espacio público. Es así que todas las personas tienen derecho de acceso a bienes y servicios culturales diversos en el espacio público. El Estado configurará y normará el espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad y

adoptará medidas destinadas a promover la participación de todas las personas, colectivos, pueblos y nacionalidades en el espacio público (Asamblea Nacional del Ecuador, 2009).

En la Ley Orgánica de Comunicación, Capítulo II de los Derechos a la comunicación, Sección I de los Derechos de Libertad en el artículo 29 expresa que todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2009).

## **FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO – TÉCNICA**

Realizando una breve contextualización se indica que un ‘video’ es una tecnología utilizada para capturar, grabar, procesar, transmitir y reproducir una secuencia de imágenes representativas de una escena que se encuentra en movimiento. El término, que proviene del latín “ver”, está asociado a varios formatos de almacenamiento, ya sean análogos (VHS y Betamax) o digitales (MPEG-4, DVD, QuickTime, etc.).

En la actualidad, con la proliferación de medios digitales, el uso de videos ha alcanzado un carácter masivo que difícilmente se haya soñado cuatro décadas atrás.

Con el uso de Internet, es posible apreciar videos personales de gente de todas partes del mundo. El otro punto importante a considerar es el abaratamiento de los medios tecnológicos de grabación, que se hacen cada día más accesibles. Evidentemente, el futuro se muestra promisorio si además consideramos los progresos obtenidos en calidad.

Para cualquier institución, es de suma importancia, como herramienta principal de comunicación, contar con un video institucional corporativo o informativo, que permita dar cuenta de los productos o servicios que ofrece. En un mundo globalizado y multimedia como el de hoy, ciertamente elementos como la papelería ayudan, pero no mucho. Gran parte de ésta acaba en el tacho de la basura o peor, en el suelo ¿Qué hacer entonces para llamar la atención?

## MODELO OPERATIVO

Cuadro No. 5: Modelo Operativo

ETAPAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
<b>Socialización</b>	Participar a la máxima autoridad de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua sobre la idea de realizar el Video Informativo sobre los servicios que brinda la institución, apoyado en los resultados que arrojaron las encuestas.	Reunión previa con el Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana para solicitar la realización de la propuesta y el acceso a las instalaciones de la institución para la ejecución del video.	Computador  Proyecto de investigación  Encuestas	Investigador	3era semana de noviembre de 2015.
<b>Planificación</b>	Elaborar la Propuesta del “Video Informativo de los Servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua”, tomando en cuenta los aspectos que se van a necesitar en el transcurso de la producción.	Recopilación de los datos que sean necesarios, previo a la ejecución del video.  Estructura de la guía de preguntas de respaldo para las personas entrevistadas.	Computador  Proyecto de Investigación  Documentos	Investigador	1era semana de diciembre de 2015.

<b>Ejecución</b>	Obtener la información pertinente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua que sirva para para la post-producción como es la creación en sí del video informativo de los servicios que brinda la institución.	Utilización de la cámara de video para las diferentes tomas de la institución.  Realización de las entrevistas a las personas involucradas con la institución.  Edición del audio y vídeo.	Cámara de video y fotográfica  CD's  Apoyo Técnico	Investigador  (Apoyo Técnico)	2da y 3era semana de diciembre de 2015.
<b>Evaluación</b>	Validar la propuesta mediante la socialización del producto comunicación (video informativo) al máximo representante de la Institución.	Diálogo abierto con el presidente de la institución socializando el vídeo informativo de la Casa de la Cultura y el análisis crítico, en base al criterio emitido por las personas que fueron encuestadas y entrevistadas.	Computador  Internet  Recursos Humanos	Investigador	4ta semana de diciembre de 2015 y 1era semana de enero de 2016.

**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo.

## **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **Texto del narrador para el audio de fondo en el vídeo**

- Un 19 de diciembre de 1947 nace la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Núcleo de Tungurahua, tres años después de creada la Casa Matriz en la ciudad de Quito. Una institución abierta y accesible al público. Cuenta con una planta física que presta las facilidades para la enseñanza y práctica de las diferentes expresiones culturales. En la planta baja se encuentran cuatro espacios para las diferentes disciplinas.
- En la Sala 1 se encuentra la Escuela de Arte “Atelier”, orientada a todas las personas que gusten del dibujo, la pintura y la escultura, dirigida para profesionales como principiantes.
- Desde su fundación en 1947, la Casa de la Cultura Ecuatoriana, dedicó un espacio importante al arte pictórico, con el afán de preservar y difundir el talento de los creadores ambateños, cuando aún fluían la fecunda vena artística de Mera, en los herederos de este valioso legado, Luis Martínez Quirola, Eugenia Tinajero Martínez, Edmundo Martínez Mera entre otros dieron origen a la creación del Museo que también cuenta con obras escultóricas.
- En el segundo piso se encuentra el Salón de Honor que alberga entre 200 a 250 personas en eventos masivos de las diferentes públicas y privadas.
- En la tercera planta podemos visitar la Biblioteca, que cuenta con un servicio de WIFI e internet gratuito.
- La información de cada uno de los actos se postea en la página oficial [www.casadelacultura.gob.ec](http://www.casadelacultura.gob.ec)
- La Casa de la Cultura tiene las puertas abiertas para todas las personas.

### **Estructura del Video Informativo**

- Utilización del logo institucional de la CCENT.
- Manejo de caracteres.
- El vídeo alberga entre:
  - 25 a 50 tomas en movimiento y
  - 10 a 15 imágenes estáticas.
  - Duración: Entre 3 a 5 minutos.
- Opiniones:
  - 2 a 5 personas.
- Aparecieron:
  - De 10 a 20 personas.
- Realización de tomas, planos y movimientos (tilt up, tilt Down, zoom in, zoom up, pan right, pan left, dolly, plano medio, primer plano, plano general).

### **Herramientas para la edición del video:**

#### **Producción y post producción:**

Se utilizaron los programas Adobe Audition o Sound Forge (audio), Adobe Premiere Pro o Sony Vegas (Video), Ilustrador o Adobe Fireworks (Imágenes estáticas), Microsoft Word (Libreto guía para narración).

## VIDEO INFORMATIVO DE LA CCENT

1. **Lugar de filmación:** Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua
2. **Música de fondo:** I and my Cello – Happy Together, cover de “The Piano Guys”.
3. **Producción, manejo de cámara, guión-libreto y narración:** Santiago Hernández.
4. **Post-Producción:** Santiago Hernández y Apoyo Técnico.
  - (Inicia con el logo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua).

Gráfico No. 17: Logo. CCENT



Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo

- (El fondo es una hoja de papel pergamino con una frase en su interior) (Efecto de voz baja) *“Si no podemos ser una potencia militar y económica, podemos ser en cambio una potencia cultural nutrida de nuestras más ricas tradiciones”* Benjamín Carrión.

Gráfico No. 18: Frase de Benjamín Carrión



Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imágenes: –Movimiento de cámara **pan left** – Desde el Parque Montalvo, mitad inferior de la Catedral, calles Montalvo y Bolívar, hasta la CCENT y Municipio de Ambato) *19 de diciembre de 1947 nace la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Núcleo de Tungurahua.*

**Gráfico No. 19:** Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imagen: –Movimiento de cámara **pan right** – Casa de la Cultura Ecuatoriana) *Tres años después de creada la Casa Matriz en la ciudad de Quito.*

**Gráfico No. 20:** Casa de la Cultura Ecuatoriana. Matriz – Quito



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imágenes: –Movimiento de cámara **zoom out** – Letrero “Casa de la Cultura”, ingresa una persona) *Una institución abierta y accesible al público.*

**Gráfico No. 21:** Ingreso a la Casa de la Cultura



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imagen: –Movimiento de cámara **zoom in y pan left** – Estudiante del Taller de dibujo y pintura que se imparte en la institución. Acción: pintando un cuadro) *Cuenta con una planta física que presta las facilidades para la enseñanza y práctica de las diferentes expresiones culturales. En la planta baja se encuentran cuatro espacios para las diferentes disciplinas.*

**Gráfico No. 22:** Estudiante de pintura



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo



- (Imágenes: Rótulo del Taller de Arte “Atelier”, –Movimiento de cámara **pan left** – Muestra los cuadros pintados en esta escuela, una persona de la población adulta pintando en su caballete, varias estudiantes de la niñez, una joven y el docente, orientando a sus estudiantes) *En la Sala 1 se encuentra la Escuela de Arte “Atelier”, orientada a todas las personas que gusten del dibujo, la pintura y la escultura; tanto profesionales como principiantes.*

**Gráfico No. 23:** Escuela de Arte Atelier



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imágenes: – Varios movimiento de cámara **pan right** –Varios cuadros del Museo de Arte de la Casa de la Cultura y tres esculturas, la última escena un – Movimiento de cámara **zoom in** – acercamiento) *Desde su fundación en 1947, la Casa de la Cultura Ecuatoriana, dedicó un espacio importante al arte pictórico, con el afán de preservar y difundir el talento de los creadores ambateños, cuando aún fluían la fecunda vena artística de Mera, en los herederos de este valioso legado, Luis Martínez Quirola, Eugenia Tinajero Martínez, Edmundo Martínez Mera entre otros dieron origen a la creación del Museo que también cuenta con obras escultóricas.*

**Gráfico No. 24:** Cuadros del Museo de Arte



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imágenes: – Movimiento de cámara **pan right** – Auditorio magno de la institución, que muestra a las niñas del Curso Permanente de Ballet en medio de la escena, quienes reciben sus clases cotidianas) *En el segundo piso se encuentra el Salón de Honor que alberga entre 200 a 250 personas en evento masivos de las diferentes públicas y privadas.*

**Gráfico No. 25:** Curso Permanente de Ballet



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imágenes: – Movimiento de cámara **pan right** – Estanterías de libros de la Biblioteca, – Movimiento de cámara **pan left** – las computadoras con los usuarios que utilizan los servicios) *En la tercera planta podemos visitar la Biblioteca, que cuenta con un servicio de WIFI e internet gratuito.*

**Gráfico No. 26:** Biblioteca CCENT



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imágenes: – Varios movimientos de cámara **Tilt down** –Toma del “Álbum de actividades” de la institución, mostrando afiches, recortes de periódicos e invitaciones de varios actos) *La información de cada uno de los actos se postea en la página oficial [www.casadelacultura.gob.ec](http://www.casadelacultura.gob.ec)*

**Gráfico No. 27:** Invitación “Homenaje a Carlos Brito”.



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imagen: – **primer plano** – Entrevista a un gestor cultural, en el fondo varios libros y material informativo sobre uno de los talleres que él imparte) **Gabriel Díaz, gestor cultural** expresó: *“Ha sido un buen referente donde puedes venir a pedir un espacio para ejecutar, gestionar o producir tus proyectos”.*

**Gráfico No. 28:** Gabriel Díaz (gestor cultural)



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imagen: – **plano medio** – Entrevista a la Secretaria General de la CCCENT) **Ing. Hada Zurita, secretaria general** dijo: *“Todas las actividades que realiza la Casa de la Cultura, están dirigida para todo público, no tenemos prohibición para menores de 18 años, en absoluto. (...) Es que debemos preocuparnos de nuestra cuenta, de autoformarnos, hay que desarrollar ese interés por informarse más, por acudir a fuentes donde que puedo yo elevar mi nivel de conocimientos, de cultura, ampliar mi personalidad para poder conocer más y hasta tener un nivel de conversación más elevado”*.

**Gráfico No. 29:** Ing. Hada. Zurita



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imagen: – **plano medio** – Entrevista al presidente de la CCENT,) **Lic. Germán Calvache, presidente de la institución** mencionó: *“La creación y la difusión de la cultura ¿no? para que hagan actividad y luego difundir eso (...) Guayasamín es de algún modo, fruto de la Casa de la Cultura, el empezó, él fue impulsado por la Casa de la Cultura, igual otros autores e incluso el mismo Jorge Icaza tuvo algunas obras publicadas por la Casa de la Cultura y todos los autores ecuatorianos de renombre lo hicieron, porque había una visión un poco más intelectual de la Casa (...) Tomen contacto con el arte que es humanizarse; la persona que toma contacto con el arte nunca volverá a ser la misma, esto cambiará en positivo, no en negativo (...) La casa es de ustedes, la casa es una institución pública, esta es su casa. Así que, cualquier cosa que podamos hacer y colaborar con los afanes que los ocupan, estaremos dispuestos a hacerlo”*.

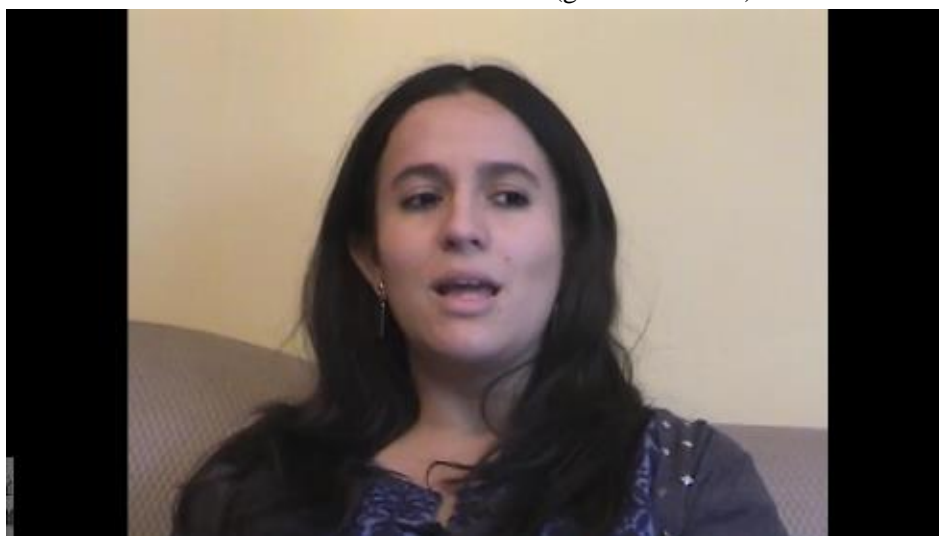
**Gráfico No. 30:** Lic. Germán Calvache



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imagen: – **primer plano** – Entrevista a una gestora cultural juvenil) **Ana Barrera, gestora cultural** manifestó: *“Por ejemplo una amiga quiere hacer una exposición de sus pinturas ahí, y no está ahorita en el país, pero cuando ella vuelva ya sabe que si va a contar con la Casa de la Cultura, porque le dieron todas las pautas para poder hacer (...) Es cuestión de perder el miedo, soltarse y organizarse, porque se puede hacer cosas en grupo, individualmente, se puede hacer de todo. Hay que aprovechar los espacios y deberíamos todos hacerlo”*.

**Gráfico No. 31: Ana Barrera (gestora cultural)**



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Imagen: – **movimiento zoom in** – Fachada inferior de la Casa de la Cultura): *La Casa de la Cultura tiene las puertas abiertas para todas las personas.*

**Gráfico No. 32: Ingreso a la Institución**



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

- (Al final del video informativo vuelve a aparecer el logo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua).

**Gráfico No. 33:** Logo. CCENT

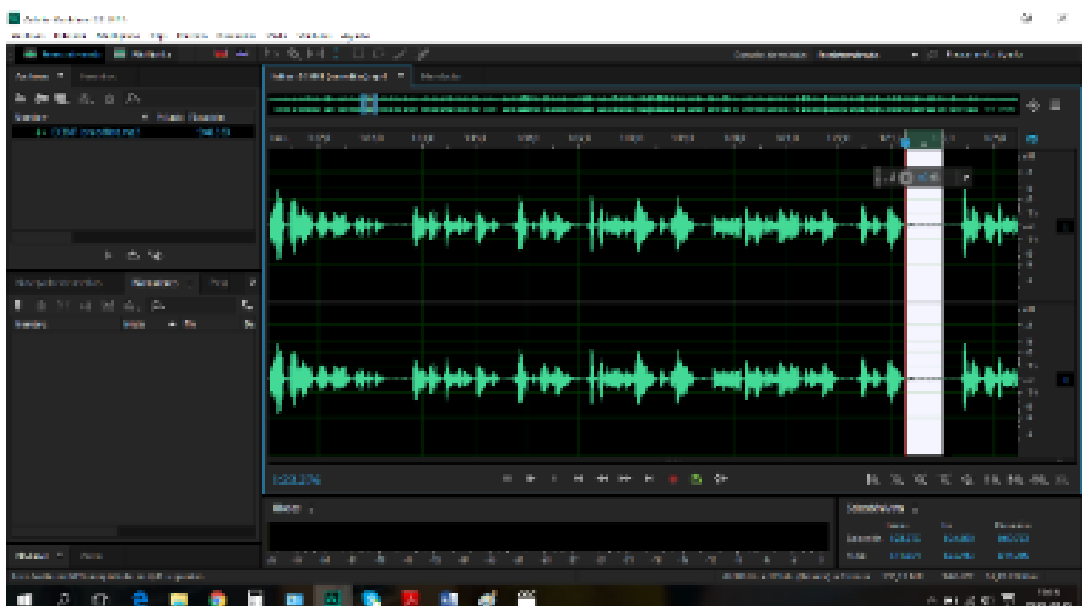


**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## EDICIÓN DEL AUDIO

Para la edición de audio del narrador se utilizó el programa Adobe Audition.

**Gráfico No. 34:** Edición del audio

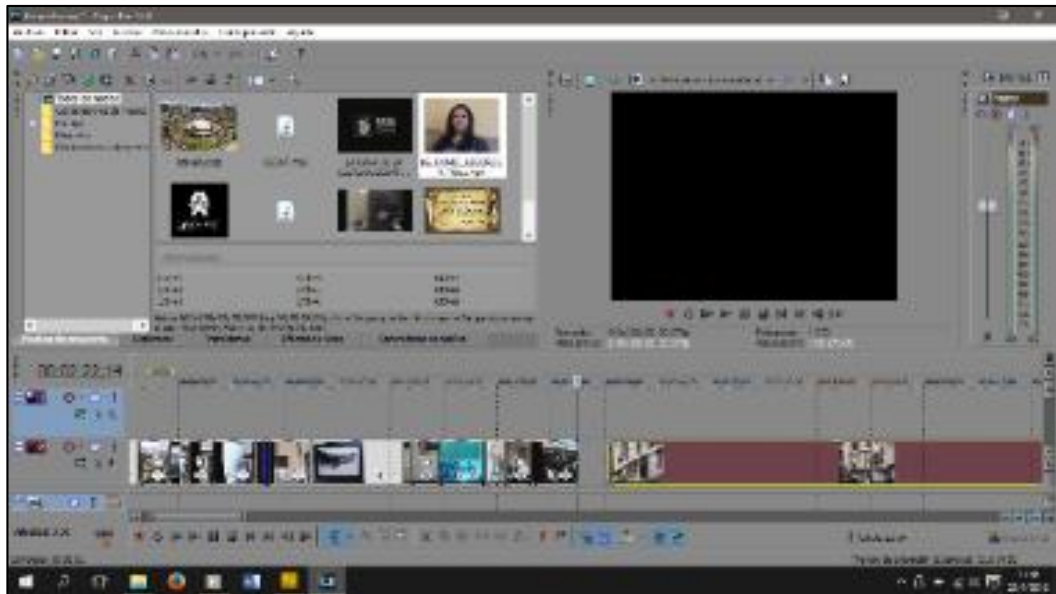


**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## EDICIÓN DEL VIDEO

Aquí se observan los procesos de edición del vídeo con las imágenes más relevantes, tomas y entrevistas respectivas, con la aplicación de efectos, caracteres y cortes necesarios, además de incluir el audio de la narración y música de fondo.

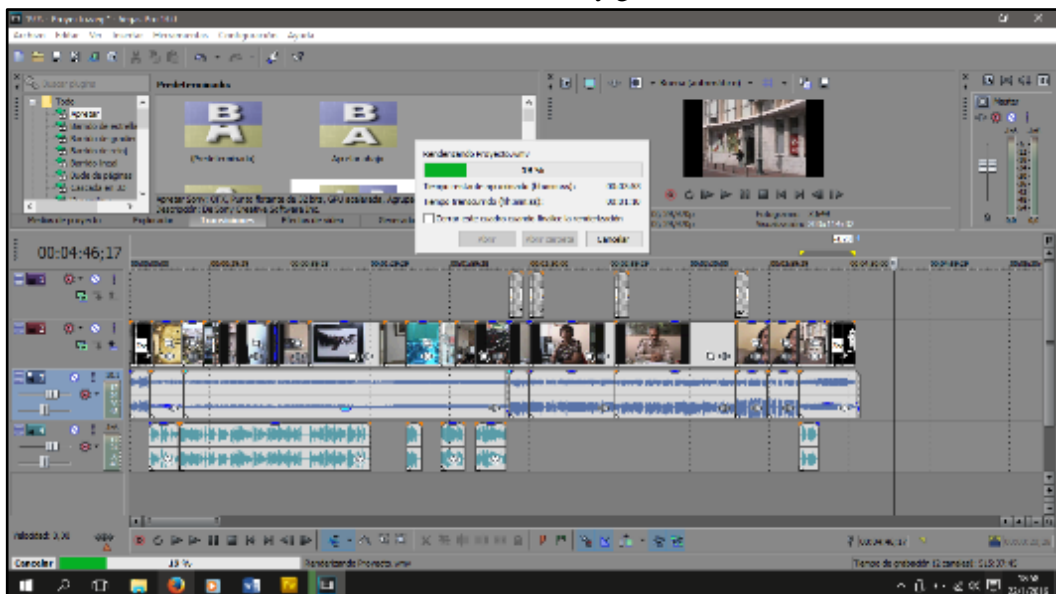
**Gráfico No. 35:** Edición del video



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

Una vez terminada la edición del video se procede a renderizar y guardar el video en un formato compatible con otras computadoras que reproduzcan archivos DVD.

**Gráfico No. 36:** Renderizar y guardar el video



**Elaborado por:** Santiago Javier Hernández Carrillo

## PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Cuadro No. 6: Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Qué evaluar?	El video informativo sobre los servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT).
¿Por qué evaluar?	Porque es necesario conocer el grado de importancia que tiene el video informativo tanto en la juventud como en la población general.
¿Para qué evaluar?	Para realizar un análisis del impacto que tendrá el vídeo informativo en la sociedad, sobre todo en la juventud como población objetiva de la presente investigación.
¿Con qué criterios evaluar?	Validez, confiabilidad, practicidad, el acceso y utilidad del video informativo.
¿Con qué indicadores?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantitativos: Lectores de la Guía.</li> <li>• Cualitativos: Interés por el tema.</li> </ul>
¿Quién evalúa?	Investigador: Santiago Javier Hernández Carrillo.
¿Cuándo evaluar?	Primera semana de enero de 2016.
¿Cómo evaluar?	Mediante sondeos de opinión.
¿Fuentes de información?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales Universidad Técnica de Ambato (UTA).</li> <li>• Gestores culturales que han trabajado con la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) o han participado varias veces en sus actividades.</li> </ul>
¿Con qué evaluar?	Entrevistas, diálogos.

Elaborado por: Santiago Javier Hernández Carrillo



## BIBLIOGRAFÍA

1. Adorno, Theodor W. (1970), *Teoría estética* (Edición Castellana). Frankfurt, Alemania. 546 p.
2. Alonso, María M. y Saladrigas, Hilda (2006). *Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio*. La Habana, Cuba. 170 p.
3. Aulestia, Vilma (2012). *La poca difusión cultural de las leyendas y mitos dificulta el conocimiento de la oralidad ancestral en la parroquia La Matriz de la ciudad de Ambato* (Tesis). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. 118 p.
4. Baltà, Jordi, INTERARTS (marzo, 2012) *Acceso de los jóvenes a la cultura en Iberoamérica. Tendencias, obstáculos y experiencias*. Barcelona, España 76 p.
5. Bauman, Zygmunt (1999) *La cultura como praxis: la cultura como estructura*. Londres, Inglaterra. 188 p.
6. Beltrán, Luis Ramiro (2014). *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. Málaga, España. 36 p.
7. Berlo, David K. (1969) *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires, Argentina, 174 p.
8. Blázquez Entonado, Florentino (2001) *Sociedad de la Información y la Educación: La Sociedad de la Información y el Conocimiento, transformaciones tecnológicas y sus repercusiones en la educación*. Mérida, España. 237 p.
9. Bowman, Shayne; Willis, Chris (2003) *Nosotros el medio. Como las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. California, Estados Unidos. 70 p.
10. Bustamante, Enrique (2006), *Comunicación y Cultura en la Era Digital: Construir el Espacio Iberoamericano*. Universidad Complutense de Madrid, España. 18 p.
11. Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (2015) *Álbum de actividades 2014-2015*. Ambato – Ecuador. 200 p.
12. Directorio Iberoamericano de Centros de Formación (2005), *Formación en Gestión Cultural y Políticas Culturales. América Latina, Caribe, España y Portugal*. Madrid - España. 124 p.
13. Eileen McEntee Sullivan (20014) *Comunicación Oral*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Monterrey, México. 174p.

14. Espinoza, Miguel A. (2012) *La escasa difusión en los medios de comunicación local de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) de la Provincia de Tungurahua y su relación con la inapropiada imagen institucional a la comunidad ambateña*. Ambato, Ecuador. 190 p.
15. Herrera, Jefferson (2013) *Promoción y difusión del arte en Quito. Caso: danza en la Casa de la Cultura Ecuatoriana*. Ecuador. 117 p.
16. Kaplún, Mario (2001), *A la educación por la Comunicación: la práctica de la Comunicación educativa*. CIESPAL. Quito -Ecuador. 263 p.
17. Masabanda, Victoria (2014) *La difusión de programas culturales a través de los medios de comunicación y la memoria histórica de los habitantes de los Centros Educativos del área urbana de la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato* (Tesis). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. 153 p.
18. Morales Campos, Estela (2010). *Rescate y difusión de la diversidad cultural en el mundo global*. Universidad Autónoma de México (UNAM). 207 p.
19. Organización Iberoamericana de Juventud (OIT, 2005) *Convención Iberoamericana de Derechos de los Jóvenes: Derechos a la cultura y arte*. Badajoz, España, 40 p.
20. Rodríguez, Martha C. (2015), “*Cultura y política en Ecuador: Estudio sobre la creación de la Casa de la Cultura*”. Quito – Ecuador. 223 p.
21. Serrano, Manuel M.; Piñuel J, Gracia J.; Arias M. (1982), *Teoría de la comunicación, epistemología y análisis de la referencia*. Madrid – España. 224 p.
22. Trucco, Daniela y Ullmann, Heidi, CEPAL (eds. 2015) *Juventud: realidades y retos para un desarrollo con igualdad*. Santiago – Chile. 284 p.
23. UNICEF; Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2006) *Comunicación, desarrollo y derechos humanos*. Buenos Aires, Argentina. 72 p.
24. Zanoni Leandro (2008) *El Imperio Digital: el nuevo paradigma de la comunicación 2.0*. Buenos Aires – Argentina. 208 p.

#### **Documentos Digitales (Linkografías):**

1. Acosta F. y Barbosa D. FUNLIBRE (mayo, 2005) *Participación, organización y ciudadanía juvenil*. Observatorio de Juventud. Universidad Nacional de Colombia. s/p. (En línea). Disponible en: <http://www.redcreacion.org/documentos/simposio4if/FAcosta.html> (2005-05-21).

2. Alegsa, Leandro (2014) *Diccionario de Informática y Tecnología: Definición de aplicación móvil* (En línea). Disponible en: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/aplicacion%20movil.php> (2014-02-23).
3. Ballón Urbano, Leonardo. (mayo, 2009) *Comunicación no verbal: características*. Universidad Mayor de San Marcos, Perú. (En línea). Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos71/comunicacion-no-verbal/comunicacion-no-verbal2.shtml>
4. Beltrán, Luis Ramiro (2005). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Universidad de Buenos Aires, Argentina 54 p. (En línea). Disponible en: [http://www.infoamerica.org/teoria\\_textos/lrb\\_com\\_desarrollo.pdf](http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf) (2005-07-16).
5. Beltrán Pérez, Luis (2008) *Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación*. (En línea). Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/varia/LBeltran.html>
6. Caro Hernández, Francisca (2011) *Los medios masivos de comunicación* (En línea). Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos88/medios-masivos-de-comunicacion/medios-masivos-de-comunicacion.shtml> (2011-09-29).
7. Castillo, Lourdes (2005) *Difusión de la información*. Universidad de Valencia, España. (En línea) Disponible en: <http://www.uv.es/macas/T6.pdf> (2004-2005).
8. Del Aljarafe, Mairena (2013) *Los Espacios de Creación Joven* (En línea). Disponible en: [http://www.europa.eu/youth/es/article/41/6436\\_es](http://www.europa.eu/youth/es/article/41/6436_es) (2013-08-16).
9. Diario El Comercio (2014) *La Casa de la Cultura, espacio de difusión de la vida cultural ecuatoriana. Espacio emblemático nacional e internacional*. (En línea). Disponible en: <http://www.elcomercio.com/video/casadelacultura-benjamin carrion-ecuador-presentaciones-museo.html> (2014-10-01).
10. Diccionario de la Real Academia Española (2014) *Video* (En línea) Disponible en: <http://dle.rae.es/?w=v%C3%ADdeo&origen=REDLE> (2014-10-s.f).
11. Dueñas Salman y García López (2012) *El estudio de la cultura de participación, aproximación a la demarcación del concepto*. (En línea). Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/07\\_DuenasGarcia\\_M80.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/07_DuenasGarcia_M80.pdf) (2012).
12. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Espol (En línea). *Realidad Virtual* Disponible en: <http://blog.espol.edu.ec/kefranco/2009/08/15/realidad-virtual/> (2009-08-15, citado por: kefranco).

13. Esparza, Víctor (2008) *Internet: ¿Qué es un blog?* Monterrey, México (En línea)  
 Disponible en:  
[http://www.avizora.com/publicaciones/internet/textos/0012\\_que\\_es\\_un\\_blog\\_17\\_definiciones.htm](http://www.avizora.com/publicaciones/internet/textos/0012_que_es_un_blog_17_definiciones.htm) (2008-08-08).
14. Fernández de Motta, María; Hernández, Antonio (2013) *Modelos teóricos en el estudio de la comunicación: Modelo de Osgood y Schramm*. Revista Digital Buenos Aires, Argentina (En línea). Disponible en:  
<http://www.efdeportes.com/efd179/modelos-teoricos-de-la-comunicacion.htm> (2013-04-s.f.).
15. Galindo Suca, Josué (2004) *La Publicidad Exterior*. (En línea). Disponible en:  
<http://www.monografias.com/trabajos16/publicidad-exterior/publicidad-exterior.shtml> (2004-12-22).
16. Girondella Mora, Leonardo (2011) *¿Qué es activismo?* (En línea). Disponible en:  
<http://contrapeso.info/2011/que-es-activismo/> (2011-02-15).
17. Hernández Sampieri, Roberto (2011) *Acontecer Digital: R. H. S. visitó la UNED*. Costa Rica (En línea). Disponible en:  
<http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php/a-diario/sociedad/1144-robotto-hernandez-sampieri-visito-la-uned> (2011-10-25).
18. Hopenhayn Martín (2004). *Participación Juvenil y Política Pública: un modelo para armar*. Brasil (En línea). Disponible en:  
[http://www.abep.nepo.unicamp.br/site\\_eventos\\_alap/PDF/ALAP2004\\_409.PDF](http://www.abep.nepo.unicamp.br/site_eventos_alap/PDF/ALAP2004_409.PDF)
19. Lamarca Lapuente, María Jesús (2013) *INTERNET: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Universidad Complutense de Madrid, España (En línea). Disponible en:  
<http://www.hipertexto.info/documentos/internet.htm> (08/12/2013).
20. López Herrera, M.; L. Arística, M (2012) *Cultura y comunicación: una relación compleja*. Cita tomada: Frase de Hall and Hall, 1990 (En línea). Disponible en:  
<http://www.eumed.net/rev/ccss/19/hah.html> (2012-03-19).
21. López Martín, Alberto (2006) *Ingeniería de Ondas. Formatos de Audio Digital*. Ingenieros de Telecomunicación. Universidad de Valladolid, España (En línea). Disponible en: (2006-05-06).
22. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (2011), *Políticas para una Revolución Cultural* (En línea). Disponible en:

- <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Revolucion-Cultural-2011-Folleto.pdf> (2001).
23. Nájera, Ozziel (2004): *Las Ciencias de la Comunicación Frente a los Nuevos Paradigmas Científicos*, Número 36. (En línea). Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/onajera.html> (2004-01-s/n).
  24. Orozco, David (2014) *Tecnología: Definición de Correo Electrónico* (En línea). Disponible en: <http://conceptodefinicion.de/correo-electronico/> (2014-03-06).
  25. Pérez López, Mac (2010) *¿Qué es una ONG y cuál es su finalidad?* (En línea). Disponible en: <http://www.discapacidadonline.com/ong-finalidad.html> (2010-11-12).
  26. Pérez Romero, Juanje (2012) *Reingeniería Social*. (En línea) Disponible en: <http://juanjepr.blogspot.com/2012/06/reingenieria-social.html> (2012-06-11).
  27. Pinto, María (2015) *Revistas electrónicas*. Universidad de Granada, España (En línea). Disponible en: <http://www.mariapinto.es/e-coms/revistas-electronicas/> (2015-12-13).
  28. Ponce, Isabel (2012) *Monográfico: Redes Sociales: Internet – Web 2.0*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Madrid, España. (En línea) Disponible en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1> (2012).
  29. Román, Angélica (2011) *Herramientas de Gestión para organizaciones y empresas de salud*. Medwave Santiago de Chile (En línea) Disponible en: <http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES01/5267> (2011-12-11).
  30. Silva, Alberto. *RSS, Informarse sin navegar* (En línea) Disponible en: <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2004/04/01/98000.php> (2007-03-11) Eroski Consumer.
  31. Socorro Solís H., Unitec Ecatepec (2012) Universidad Tecnológica de México. Morelos, México. (En línea) Disponible en: <http://expresionsocoshernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html> (2012-02-18).
  32. Solórzano Cojulum, Juan Eduardo (2009) *Definición y estilos de liderazgo* Guatemala. (En línea) Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos71/definicion-estilos-liderazgo/definicion-estilos-liderazgo2.shtml#ixzz44EBWW4kvrzano> (2009-04-s.f).

33. Trejo Delarbre, Raúl (1998) *Medios* (En línea) Disponible en: <http://raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/medios.htm> (1998-03-s/f).
34. Universidad de Buenos Aires (2007) *Sociología: Resumen de Funcionalismo, estructuralismo y marxismo*. (En línea). Disponible en: <http://www.altillo.com/exámenes/uba/cbc/sociologia/sociologiasufuncionaltoer.asp> (2007-11-22).
35. Villeda, Nallely (2013) *Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales* (En línea). Disponible en: <http://auditoriagrupo3.blogspot.com/2013/02/organizaciones-gubernamentales-y-no.html> (2013-02-15).

**Leyes:**

1. Asamblea Nacional Constituyente (2008) *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Ecuador. 216 p. (En línea) Disponible en: [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
2. Asamblea Nacional República del Ecuador (septiembre, 2009) *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Ecuador, 48 p. (En línea) Disponible en: <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
3. Asamblea Nacional República del Ecuador (septiembre, 2009) *Proyecto de Ley de Cultura*. Quito, Ecuador, 48 p. (En línea) Disponible en: <http://documentacion.asambleanacional.gov.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/3f832422-d85a-40ae-a487-1c17119130b2/Ley%20de%20Cultura>
4. Casa de la Cultura Ecuatoriana Carrión (2008) *Reglamento Orgánico Funcional por procesos*. Dirección de Recursos Humanos. Quito, Ecuador, 36 p. (En línea) Disponible en: <http://www.casadelacultura.gob.ec/archivosleytransparencia/reglamentoorganicofuncionalorganizacionalporprocesosceabril2012.pdf>

**ANEXOS**

## Modelo de Encuesta

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



Encuesta dirigida a estudiantes de Comunicación Social de la  
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la  
Universidad Técnica de Ambato



### **OBJETIVO:**

Recopilar la información necesaria que permita determinar cómo incide la difusión de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua en la participación de la juventud.

### **A. INSTRUCCIONES:**

- Lea detenidamente con atención cada pregunta.
- Marque con una X la respuesta que usted considere apropiada.

### **Persona encuestada:**

Semestre: \_\_\_\_ Comunicación Social

Rango de edad: 18-20 ( )    21-23 ( )    24-26 ( )    27-30 ( )    Otro ( )

Género:        Masculino ( )        Femenino ( )        Otro ( )

### **Interrogantes:**

1. ¿Considera usted que las estrategias comunicacionales que emplea actualmente la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) contribuyen a la difusión de sus actividades?  
SI ( )                      NO ( )
2. ¿En qué nivel considera usted que se encuentra la difusión de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT)?  
Bajo ( )                      Medio ( )                      Alto ( )
3. ¿Considera usted que la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua debe fomentar la participación de la juventud en las diferentes actividades que desarrolla?  
SI ( )                      NO ( )



4. ¿En cuántas ocasiones ha utilizado usted la página web de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua para obtener información?

Nunca ( ) A veces ( ) Siempre ( )

5. ¿Qué tipo de producto comunicacional debería presentar la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua respecto a las actividades que realiza?

Audio ( ) Video ( ) Información escrita ( ) Todos ( )

Ninguno ( ) Otro ( ) cual.....

6. ¿Con qué frecuencia ha visitado usted la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?

Nunca ( ) A veces ( ) Siempre ( )

7. ¿Con qué frecuencia ha participado usted de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?

Nunca ( ) A veces ( ) Siempre ( )

8. ¿Cuál de los siguientes medios de información considera adecuado para la difusión de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?

Televisión ( ) Prensa Escrita ( ) Radio ( ) Página Web ( )

Todas ( ) Ninguna ( ) Otro ( ) cual.....

9. ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que utiliza la juventud para conocer sobre las actividades culturales que se desarrollan en la localidad?

Emails ( ) Facebook ( ) Twitter ( ) Youtube ( ) Whatsapp ( )

Todos ( ) Ninguno ( ) Otro ( ) cual.....

10. ¿Cuál de los siguientes campos artísticos considera usted que debería impulsar la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua en la juventud?

Danza ( ) Teatro ( ) Música ( ) Literatura ( ) Cine ( )

Todos ( ) Ninguno ( ) Otros ( ) cual.....

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



Entrevistas de Respaldo #1  
Dirigida al Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana  
Núcleo de Tungurahua



## **OBJETIVO:**

Determinar el criterio del máximo representante de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua conforme a la difusión de las actividades que realiza la institución y su incidencia en la participación de la juventud.

## **Persona entrevistada:**

- **Lic. Germán Calvache Alarcón.**

Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (CCENT) 2012-2016.

Lic. Germán Calvache (Presidente, CCENT)



## **1. ¿Cuáles son los servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua a la población?**

La Casa de la Cultura de acuerdo al reglamento y a la ley, está básicamente enfocado en la creación y en la difusión de la cultura. Lo que ha hecho hasta aquí desde el año 44 en que se fundó, es estimular a los creadores para que escriban libro, a los distintos elementos ligados al ámbito de la cultura para que hagan actividad y luego difundir eso. Guayasamín es de algún modo fruto de la Casa de la Cultura, el empezó, él fue impulsado por la Casa de la Cultura, igual otros autores, incluso el mismo Jorge Icaza tuvo algunas obras publicadas por la CCE y todos los autores

ecuatorianos de renombre lo hicieron, porque había una visión un poco más intelectual de la Casa. Pero los tiempos han cambiado, en el 44 ni siquiera existía la palabra gestores culturales que es una palabra de moda impuesta por el régimen y por las necesidades de cambio que hay en la sociedad (...) No hay participación verdadera de la juventud y básicamente porque no hay fondos. Pero hay otras actividades que son importantes; el cine, cuando salió la Casa de la Cultura al aire, cuando surgió, el cine no existía, era una quimera, algo extraño, aislado de nuestra realidad, éramos consumidores de películas mexicanas y argentinas, por eso se hizo muy popular el tango y las rancheras.

## **2. ¿Existen registros sobre la participación de la juventud en las diferentes actividades y eventos que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?**

Son un poco vagos e inciertos. La participación de la juventud ha sido e actividades específicas que le interesan a la juventud. En las presentaciones de libros que se han hecho varios en el 2015, realmente no ha participado, porque no les resulta atractivo. La Casa, el Ministerio y los departamentos de los Gad's necesitan un remezón, todavía no hay la respuesta y un decreto que venga desde arriba no será la respuesta, necesitamos investigar para poder ofrecer productos culturales que interesen a la juventud. Generalmente tienen aversión a los libros y esto ha ocurrido porque hay este aparato que es la computadora. Si alguien le manda hacer un deber a un joven de 15 años no va a leer el libro, va a ir al resumen que lo va a encontrar en 10 20 versiones del internet y de ese resumen va a hacer su deber. La Casa honestamente ha fracasado en el intento de atraer a los jóvenes, es bastante difícil porque ellos tienen otros intereses, otra visión y eso no se ha investigado a fondo para darle la vuelta.

## **3. ¿Cómo se encuentra la comunicación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua con la juventud?**

Hemos querido, intentado, soñado hacer un producto comunicacional, no se ha podido concretar por falta de recursos Por ejemplo tenemos esa Sala de Grabaciones que está casi lista y el objetivo era crear programas de diversa índole enfocados en la niñez, en la juventud y también en los adultos.

Hay un divorcio todavía entre las instituciones y los jóvenes. Ocorre que hay instituciones que a la fuerza llevan a los jóvenes, pero eso no está bien, traerlos con soga no sirve de nada, no ayuda. La idea sería que espontáneamente hubiera un motivo, una atracción, un imán para que ellos vengan acá.

## **4. En el tema de la difusión ¿Cuáles los medios / factores que inciden en la promoción de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua hacia la juventud de la localidad?**

Podemos usar la prensa, pero ¿cuántos jóvenes leen el periódico?, creo que muy pocos. La radio normal que usamos para difundir nuestros programas está escuchada por gente adulta y de la tercera edad, que son los que comentan y que han venido y he preguntado varias veces aquí ¿cómo se enteró? es que escuchó en la radio, pero creo que ningún joven ha venido por la radio entonces hay una falencia.

**5. ¿Existe algún análisis sobre la difusión de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua conforme al acceso y participación de la juventud?**

No hay.

Hace falta crear un pequeño espacio en donde se reflexione sobre la comunicación que es básica en el mundo moderno, eso no existe porque no hay dinero.

**¿... sobre un departamento de Comunicación Social, independiente de otros?**

A los 67 años se intentó hacer algo, se quiso poner una semillita para poder crear un departamento en el futuro y se vio que los resultados eran muy halagadores, no solo porque le ayudan a la Casa a mantener y a mejorar su imagen, no solo porque han atraído más público, o porque han puesto el logotipo de la Casa en los medios de comunicación, sino porque cada departamento, cada unidad en las que puede estar dividida la Casa tiene el objetivo de reflexionar ¿cómo estamos? ¿Dónde estamos? ¿Vamos bien? Desde una óptica muy podemos decir que casi hemos fracasado, no solo depende de la voluntad que tenemos, sino de un montón de factores.

**6. ¿Cuántos funcionarios tiene la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua y que servicios específicos brindan?**

Hay una Biblioteca que está a cargo de una funcionaria, pero ahí también hay que cuestionar eso, una de las actividades humanas más valiosas es la capacidad de reflexión y de cuestionamiento. Hemos visto con preocupación que como se implementó lo que se llama la biblioteca digital con computadoras, la gente en muy poco porcentaje viene para hacer consultas de libros, la mayoría viene a ver las redes sociales, cosas que se ven a diario, hasta en un celular. Los libros están archivados y empolvado porque nadie los pide

**7. ¿Existen convenios entre la Casa de la Cultura con las diferentes instituciones y departamentos culturales?**

Como la ley de la Casa de la Cultura, creó la institución y no se vincula a nadie es un poco difícil porque cada departamento de cultura de los Gad's tiene su propia agenda. Muy pocos hacen una labor cultural. Se pueden hacer pero muy pequeñas cosas, hace falta la Ley, pero una ley muy amplia y generosa que respete las particularidades de cada sector y especialmente de la Casa de la Cultura a través de su autonomía.

**8. ¿Qué logros se han conseguido con la juventud en los últimos años conforme al tema de espacios?**

Con la juventud no mucho, reconozco que no es tanto. Pero si en términos generales, por ejemplo el aporte que se ha logrado hacer en las Caravanas, una motivación que se ha hecho también a través de la edición de libros de unos cuantos autores jóvenes que han pedido que se les edite, hay que revisar, hay que trabajar duro en eso.

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



Entrevistas de Respaldo #2  
Dirigida a la Secretaria General de la Casa de la Cultura  
Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua



## **OBJETIVO:**

Obtener el criterio de la Secretaria General de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua conforme a la difusión de las actividades que realiza la institución y su incidencia en la participación de la juventud.

## **Persona entrevistada:**

- **Ing. M.Sc. Hada Zurita Barona**

Secretaria General de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua.

Ing. Hada Zurita (Secretaria General).



## **1. ¿Cuáles son los servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua a la población?**

La Casa de la Cultura brinda la mayoría de servicios para gente joven. Por ejemplo si tenemos exposiciones no hay límite de edad, si quiere venir un niño, pues igual puede disfrutar de una exposición, si tenemos una conferencia, son temas de interés para todo nivel de las personas. Ha habido chicos que forman sus propios grupos de teatro, que participan y disfrutan de los pocos espacios y anti funcionales que aún

tenemos, porque para nosotros sería necesario un complejo para disfrutar, participar y que tengamos esa afluencia de gente que viene a los talleres.

## **2. ¿Cuál es la diferencia de participación entre la población juvenil del siglo XX y la del siglo XXI?**

No como uno desearía como institución, pero sí hemos ido hemos ido avanzando y tenemos mayor respuesta, viene mayor cantidad de público, para cuando me inicié en esta institución. Entonces vemos que hay más aceptación, hay un buen movimiento de arte plástico, un número considerable de pintores, igual gente que hace teatro. Más jóvenes que llegan, disfrutan y participan, pero no es el número deseado, porque sería bueno que se informen en las escuelas, en los colegios, que conozcan nuestros ofrecimientos que son prácticamente actividades para elevar el nivel de conocimientos de la gente para que participe, entonces sería esa labor coordinada con la Distrital de Educación, a fin de que se tenga esa información, para que disfruten y participen de lo que ofrecemos. (...) Son los jóvenes, quienes tienen esa barrera o miedo de llegar a la Casa de la Cultura. Hace falta un poco más información, de llegar a ese target de público para poderles ofrecer lo que disponemos y compartir toda la intensa actividad que la institución cumple.

## **Conforme a las redes sociales ¿Qué aceptación ha tenido Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua en la población juvenil?**

Es una ayuda importante las redes sociales para difundir nuestras actividades. La mayoría de la juventud no está adquiriendo El Heraldito, La Hora y prácticamente se comunican a través de las redes sociales. Por ejemplo, cuando estamos promocionando los Cursos Vacacionales, los talleres, están a través del facebook, preguntándome, requiriendo bases y cosas. Entonces uno tiene que ir de la mano con la tecnología, para poder llegar a todos los sectores.

## **¿... sobre un departamento de Comunicación Social?**

El personal es muy estrecho. Un año disfrutamos de un compañero que sabía de comunicación, fue un apoyo importante, nos ayudó para llegar a la mayoría de medios, prácticamente de toda la vida que trabajo aquí (40 años de servicio) he sido la que está haciendo boletines, coordinando, aquí la secretaria es donde se hace de todo, no debería ser, pero ante la necesidad de no desperdiciar las energías, la parte económica, del presupuesto, pues se hace necesario que aquí desarrollemos esa capacidad de ser múltiples. (...) El objetivo de la institución es llegar a todos con la difusión del pensamiento, de los creadores, de los artistas, de la investigación, es necesario un departamento de comunicación para que estrictamente se dedique a promocionar, a difundir, para que tengamos mayor público. Con relación al siglo pasado hemos ganado bastante espacio.

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista de respaldo #3

Dirigida a gestores culturales de la población juvenil  
involucrados con la Casa de la Cultura



## **OBJETIVO:**

Determinar cuál es el pensamiento de los actores culturales conforme a la difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua y su incidencia en la participación de la juventud.

## **Personas entrevistadas:**

### **GABRIEL DÍAZ**

Fotógrafo, videógrafo y Productor Cultural, con 10 años de experiencia en varias áreas de la producción de temas culturales, desde proyectos independientes hasta comerciales. Su trabajo como fotógrafo ha trascendido fuera del país con clientes como LACNIC, Google, Internet Society, en Montevideo, Buenos Aires y Santiago de Chile. Dentro del país ha trabajado con el Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, Secretaría Técnica de Capacitación, Municipio de Quito, Gobierno Provincial de Carchi, Casa de la Cultura Ecuatoriana, Zonacuario, Fundación Nuestros Jóvenes, Quicentro Sur, Alianza Francesa, Nestlé, Chevrolet, McCann, Erikson, Visión Mundial entre otros.

(Texto tomado de: <http://gabrieldiaz.net/experiencia/>)

Gabriel Díaz (Gestor Cultural)



**1. ¿Cómo la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua contribuye en la participación juvenil de las diferentes actividades?**

Yo creo bastante y en el tiempo que llevo trabajando en la Casa de la Cultura, ha sido un pilar fundamental en la consecución de espacios, por la limitación de presupuesto que ha tenido toda la vida, especialmente ahora, quizás no ha podido solventar las necesidades económicas de los actores y gestores culturales de la provincia. Sin embargo ha sido un buen referente donde puedes venir a pedir un espacio para ejecutar, gestionar o producir tus proyectos. Entonces creo firmemente que el primer referente es un tener un espacio de libre creación y formación. Nunca te han impuesto una forma de pensar con tal prestarte el espacio, nunca te han dicho 'si quieres tener un espacio aquí tienes que hablar de ciertos temas', por eso creo que es un espacio para la libre formación y creación de los proyectos culturales.

**2. ¿Cuál es su apreciación respecto a la comunicación que tiene la juventud con la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua? ¿Se debe fortalecer?**

Es una cuestión de necesidades, si la juventud no tiene una necesidad de producir o consumir cultural, no es que haya una barrera, es una falta de educación y motivación cultural, tiene sus falencias en comunicación porque no hay una relación directa con la comunidad y es porque no tiene el personal tampoco. No hay el presupuesto para que haya el Departamento de Comunicación o de Relación con la Sociedad, entonces hay una persona que debe hacer de todo. Pero también si la gente no quiere, no se acerca, lo contemporáneo, lo actual nos está formando a un mundo digital donde no necesito venir yo a la institución, sino reviso por redes sociales que hay y si me interesa voy.

**3. ¿Con qué frecuencia ha utilizado la página web de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?**

Sinceramente, ninguna vez.

**... ¿cuál consideras que es la parte medular? ...**

Es responsabilidad de la Casa de la Cultura. Hay una cosa muy importante que esta institución está conformada por un 75% de gente adulta mayor y un 25% son jóvenes y de aquel 25% siento que el 5% no más está tratando de aportar de alguna forma acá. Entonces no es un número adecuado para desarrollar las nuevas tendencias que se tiene en comunicación digital

**4. ¿Qué productos comunicacionales debería presentar la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua para tener mayor acercamiento con la juventud?**

Creo firmemente en que hay que trabajar en redes sociales, pero un trabajo muy desarrollado, es decir, seguir usando la página web pero necesita ser refrescada, es decir, hay que mejorar el diseño, la interacción con el usuario, los menús y un montón de cosas, que ahora cuando alguien entra en una página web, si le llama la atención inmediatamente se mantiene en esta. (...) Es necesario un especialista en comunicación digital, alguien que maneje redes sociales, páginas web.



## FERNANDO CERÓN

Sociólogo por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador especializado en Estudios de Género. Trabaja desde hace dos años como Gestor Cultural, siendo miembro de Centro Cultural Mosaico Espacio, fue propulsor del Festival de Música Experimental y Performance "PROTOBOARD", Y del Festival de Narración Oral "Lengua Larga", y se desempeña como Coordinador del Festival Permanente de Artes Escénicas de Ambato. Es narrador oral, mediador de lectura, y actualmente está en el montaje de una obra de Teatro bajo la dirección de la actriz y dramaturga quiteña Adriana Oña.

Fernando Cerón (Gestor Cultural)



**¿Considera que la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua debe fortalecer la comunicación con la juventud?**

Yo siento que la Casa de la Cultura está en un proceso de cambio, que implica un diálogo con la juventud, durante mucho tiempo estuvo anquilosado este proceso, la Casa se volvió un hogar de dinosaurios, donde gente de la élite, de la ciudad se había atrincherado para salvaguardar sus propias culturas de élite. En el caso de Tungurahua se están haciendo cambios interesantes en la Casa de la Cultura, en el que empezamos a ver diálogos con otras culturas, sigue aun siendo débil el tema de la juventud con la Casa, pero me parece que hay procesos interesantes que están en trabajo de cambiar eso.

**¿Cómo observa el acceso que tiene la juventud a los servicios espacios de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?**

El acceso de la juventud a la Casa de la Cultura me parece que es interesante, hay cosas que se pueden hacer, siguen faltando actividades, me parece que en el sector juvenil hay muchas cosas que se deben hacer, pero están las posibilidades dadas y hay que trabajar sobre eso.

## ANA MARÍA BARRERA

Ambato 1990. Desde su niñez ha estado rodeada de arte debido a la influencia de su familia; escritores, músicos, y cineastas. A partir del año 2010 estudió 5 semestres de Licenciatura en Letras en la Universidad de Buenos Aires y retornó al país en el año 2013. Incursionó en el teatro en su entorno familiar durante 15 años; en su retorno al país siguió talleres de Teatro y Clown en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua, donde se presentó con los respectivos grupos de teatro de los talleres. Trabajó como docente de Literatura en el año 2014.

Actualmente, se encuentra estudiando Comunicación Social en la Universidad Técnica Particular de Loja y reuniendo el material que ha escrito, principalmente cuentos, para publicarlo en el futuro. Proyectos Artísticos realizados: Narración de cuentos infantiles acompañados de música (violonchelo y piano), SONUS ENSAMBLE, Librería Futuro- Ambato, Febrero de 2014. Presentación final de Taller de Clown, CCE Núcleo de Tungurahua, Parque Montalvo, Febrero 2014. Presentación final de Taller de Actuación para Teatro, CCE Núcleo de Tungurahua, Obra ADICCIONES (de Tania Ruiz), 10 de Julio de 2015.

Ana Barrera (Gestora Cultural)



### **¿Cómo la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua contribuye en la participación juvenil de las diferentes actividades que realiza?**

Veo que tratan de dar apertura a todas las personas que se acercan a solicitar apoyo de una u otra manera, no siempre con la cuestión económica, pero lo que más he visto que hacen es brindar espacios para que puedan ensayar, seguir talleres de varias artes. Por ejemplo yo seguí durante 6 meses un taller de teatro y me presenté en la Casa de la Cultura. Fue una experiencia agradable porque yo no había hecho eso antes, y mientras funcionaba este taller de teatro, había una sala de pintura permanente donde siguen artes plásticas, veo que siempre hacen exposiciones y

tratan de dar apertura a jóvenes y artistas actuales, incluso por gente que yo conozco han apoyado por publicaciones de libros y es una ventaja tener alguien que se enfoque en ese aspecto y sobretodo en la parte literaria que es mi fuerte, me parece bastante bueno porque cuando uno quiere publicar un libro necesita financiamiento, es la parte más cara y la Casa de la Cultura ha apoyado bastante al menos en las artes literarias y también organizando eventos de música y teatro.

**¿Considera que la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua debe fortalecer la comunicación con la juventud?**

En algunos aspectos podría reforzar, sobretodo en la difusión de información de los eventos que realizan, porque si tú no estás pasando por la puerta o tiene el facebook de la Casa de la Cultura, no te enteras. Es necesario más información en los medios, en la ciudad.

**¿En cuántas ocasiones ha utilizado la página web de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?**

La verdad nunca he utilizado, ni tuve la necesidad.

**¿Qué alternativa debería proponer la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua, como producto comunicacional que acerque a la juventud a las diferentes actividades que realiza y sean partícipes?**

Un vídeo, una propaganda, para difundir en la televisión, o pasar por internet, para que la gente más la idea como funciona.

Muchas veces uno piensa que son cosas culturales a la antigua y hay personas que dicen, no sé si me apoyen porque tal vez mi propuesta no les vaya a gustar, cuando en realidad si apoyan. Solo son mal informados

**¿Cuán difícil es presentar una propuesta a la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?**

Es bastante abierto, la guía en sí es bastante clara. Por ejemplo una amiga quiere hacer una exposición de sus pinturas ahí, y no está ahorita en el país pero cuando ella vuelva sabe que va a contar con la Casa de la Cultura porque le dieron todas las pautas para poder hacer.

Se cuenta con este espacio y hay que aprovechar, ahora que ya hay una red de artistas en Tungurahua, deberíamos aprovechar para apoyarnos mutuamente y aprovechar los espacios que si hay; uno por miedo a decir, ¡uhm! no sé si es que me apoyen, no se si es que pueda hacer mis cosas, no da un paso adelante, nunca va a hacer lo que quiere hacer. Es cuestión de perder el miedo soltarse y organizarse, porque se puede hacer cosas en grupo, individualmente, se puede hacer de todo, hay que aprovechar los espacios y deberíamos todos hacerlo.

## CARLOS MEDINA

(Violista y Violinista) Es tallerista e instrumentista del Conjunto de Cámara de la Universidad Técnica de Ambato, Docente de Educación Musical, miembro del Mariachi “Garibaldi”. Ha sido integrante de las siguientes agrupaciones: Orquesta Adagio de la CCENT, Orquesta de Cámara del GADMA, Orquesta de Estudio del Conservatorio de Música “La Merced”, Filarmónica Nacional del Ecuador, Orquesta Cuenca Ensamble, Orquesta Sol de Noviembre.

Carlos Medina (Músico, violinista)



**¿Cómo considera usted que contribuye la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua en la participación de la juventud en las diferentes actividades?**

Ahora se ha visto bastante fluidez en lo que concierne al ámbito de la Cultura, la Casa ha dado apertura a lo que son los eventos culturales, musicales, pintura, fotografía, arte. Poco a poco se ha visto el avance en la institución que ha estado presentando nuevas propuestas, inventivas, poco a poco se va incentivando a la juventud.

**¿Cuáles son las diferencias que observa conforme a la participación de la juventud en las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua hace varios años y en los actuales momentos?**

Tuve la oportunidad de participar 2 años en la Orquesta de Cámara “Adagio” de la Casa de la Cultura, donde tuvimos bastante apoyo del director actual. A comparación de otras agrupaciones, en este caso la Casa de la Cultura si da apertura, pero podría darlo mucho más.

**¿Has utilizado la página web de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua?**

No y tampoco he tenido conocimiento. Se debe hacer un mayor difusión tanto para que la gente conozca más sobre la Casa de la Cultura, sobre el arte y lo que la institución ofrece, hace falta una mayor publicidad.

## **ARTÍCULO TÉCNICO (PAPER)**

### **“LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA CASA DE LA CULTURA BENJAMIN CARRION NÚCLEO DE TUNGURAHUA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD”**

**Santiago Javier Hernández Carrillo**

**Universidad Técnica de Ambato  
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales  
Carrera de Comunicación Social**

#### **RESUMEN**

Los mecanismos de comunicación que se presentan en este trabajo investigativo son factores claves para determinar la participación de la juventud en las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua u otras instituciones, promocionando los valores culturales y el talento artístico de la juventud local.

La difusión es un componente trascendental, pues el manejo de la información que emiten los medios (citas, signos, símbolos, frases, imágenes) ejerce gran influencia e interviene en la respuesta de la población.

Conforme a la promoción de las actividades de una institución cultural, el sector joven – como población estudiada – en gran parte realizan actividades virtuales de entretenimiento o de interés social más lúdicos y menos artísticos, dejando a un lado importantes actividades que pasan fuera de un computador, de un teléfono móvil, de una tablet u otro medio tecnológico de la nueva era.

El presente estudio muestra varias teorías de la comunicación e información, aportes desde la sociología conforme al ámbito cultural y la participación social en el siglo XXI.

Esta investigación se fundamenta en aspectos legales, filosóficos, axiológicos entre otros.

El aporte estadístico a través del levantamiento de la información, sugiere los caminos por los que se debe recorrer en esta investigación frente a las diferentes amenazas y debilidades que se puedan presentar en el transcurso de la misma.

El ejercicio de las oportunidades presentadas a partir del análisis e interpretación de resultados, propone aterrizar en tierra firme y dar una respuesta coherente al trabajo, mediante soluciones concretas, accesibles y confiables, que permita tanto el acceso, como el accionar cultural de la población estudiada.

**Descriptor de Tesis:** difusión, cultura, participación, juventud, información, actividades, comunicación.

## **ABSTRACT**

The mechanisms of communication that are presented in this investigative work are key factors to determine the participation of the youth sector in activities organized by "Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua" or other institutions that promote cultural values and artistic talent of young locals.

Diffusion is a transcendental component, as information management that media release (citations, symbols, phrases, images) exerts a huge influence and intervenes in the answer of the population.

According to the promotion of the activities of a cultural institution, the youth sector – as the studied population – largely does virtual activities of entertainment or social interest that occur outside of a computer, of a mobile phone, a tablet or other technological devices of the new time.

The present study shows various theories of communication and information, contributions of sociology according to a cultural scope and social participation during the XXI century.

This investigation is based in legal, philosophical, axiological and other aspects.

The statistical contribution through data collection, suggests the paths that should be approached during the present investigative work when facing different threats that may appear during the investigative work.

The exercise of oportunities from the analysis and interpretation of the results, proposes to land on firm soil and give a coherent answer to the present work, through concrete solutions, trusted and easily approached that allow access and liking of the studied population.

**Thesis Descriptors:** diffusion, culture, participation, information, activities, communication.

## INTRODUCCIÓN

La relación entre cultura y comunicación es paradójica y a menudo incomprendida en nuestra sociedad contemporánea. No hay cultura socialmente existente que no tenga, unido a ella, un plan de difusión y, por tanto, una comunicación constante ante determinados sectores sociales, por pequeños que estos sean. Así, también es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y deje de transmitir valores de cultura, de identidad.

En este trabajo se hace una descripción de cómo transcurre la relación cultura comunicación como un proceso histórico social, también se describe el contexto latinoamericano de hoy y las tendencias en la aplicación de políticas culturales en una región invadida por intereses ajenos que debilitan la identidad en estos pueblos y cómo la propuesta de algunos estudiosos del tema muestra una visión desde una construcción social dialéctica donde no

existen emisores ni receptores, ni tan siquiera actores, solo seres humanos en comunicación que poseen un contexto cultural diverso y necesitan elaborar sus propios significados.

## **METODOLOGÍA**

El enfoque de la investigación es mixta, tomando en cuenta los aspectos, cualitativo y cuantitativo que se manejaron conforme a las variables, mediante el empleo de las técnicas de recolección de la información, como la observación, encuestas y entrevistas.

En el presente estudio se puntualizaron las directrices fundamentales para determinar la incidencia que tiene la difusión de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua en la participación de la juventud ambateña.

La modalidad en esta investigación es de campo por cuanto se realizó en el lugar de la investigación, con los resultados alcanzados por la población involucrada. Además es 'no-experimental', por cuanto no se controlaron las variables, siendo su carácter sistemático y empírico.

Además es Documental – Bibliográfica porque se trabajó con el apoyo, de trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se reflejó en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones y, en general, con el pensamiento del autor.

El tipo de investigación es exploratorio-descriptivo, pues el modelo de referencia que utilizado en la investigación, determinó niveles de importancia, que se tomaron al momento de realizar la exploración y estructura que fue aplicada para aspectos trascendentales, que ayudaron para explicar cómo incide la difusión de las actividades que realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua en la participación de la juventud ambateña.



## **Procedimiento**

El Informe Final del Trabajo de Investigación sobre: “LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE TUNGURAHUA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD”, constituye un referente para que a través de la propuesta realizada se busca alcanzar un mayor nivel de conocimiento y participación de la juventud en las actividades culturales.

## **RESULTADOS ALCANZADOS**

La investigación presenta la hipótesis “La difusión de actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Tungurahua genera una participación activa en la juventud ambateña.”, lo cual después de haber realizado las encuestas a la población la gran mayoría desconoce cuáles son los servicios que brinda la institución y su participación dentro de las actividades es escasa o nula.

Se llegó a conocer que un gran porcentaje mayor a las tres cuartas partes de la juventud encuestada desconoce cuáles son los servicios que brinda la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua, mostrando así una de las debilidades que posee la institución, un resultado que fue decisivo para el planteamiento y estructura de la propuesta.

Casi la totalidad de la población supo manifestarse y afirmar que la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua debe fortalecer su comunicación con la juventud, lo que ha generado un impacto en la investigación porque casi todas las ven la necesidad de este cambio urgente, considerando la importancia que tiene la retroalimentación entre institución y sectores sociales.

La participación de la juventud en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua es muy baja de acuerdo a los indicadores presentados en la encuesta, esto referencian el escaso nivel cultural-artístico de muchos jóvenes de la localidad. La participación juvenil en los diferentes campos

artísticos que ofrece la institución, como asistentes o protagonistas de las actividades, refleja una realidad quizá latente con todas las instituciones que se dedican a promover el arte y la cultura.

Para obtener el descriptor clave para la elaboración de la propuesta se tomó como referencia la pregunta donde la población encuestada manifestó acerca del producto comunicacional que debe ser presentado por la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua para llegar a la juventud con la información de sus actividades y servicios, donde en su mayor parte la población determinó que la institución debe realizar un producto audiovisual en vídeo sobre sus actividades y servicios, al alcance de todas las personas y fortalecer sus productos comunicacionales en audio e información escrita. Además se tuvo sugerencias para socializar el producto comunicacional en redes sociales.

### **Conclusiones**

Las brechas de comunicación entre la juventud y las instituciones en general, sugieren un análisis exhaustivo, no solamente en el ámbito cultural, social o de la información, sino en otras áreas como la política, la ingeniería, la economía, la agricultura, la medicina e inclusive en el sector educativo (academia), donde se halla la mayor parte de esta población.

De acuerdo a los resultados obtenidos se establece que la comunicación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua se fortalecerá con la juventud mediante la presentación de productos audiovisuales.

El nivel de interés de la población juvenil con respecto a las actividades culturales está dado por el manejo adecuado de las redes sociales, el contenido, la imagen, la creatividad entre otros recursos y herramientas que utilice la institución involucrada al momento de difundir la información.

Los medios de información de masas como puente entre la juventud y la institución han fracasado en el intento de convencer a esta población, siendo que la mayor consumidora de estos medios son las personas pertenecientes

al rango de la adultez – esto es de 30 años en adelante – por cuanto la audiencia juvenil sugiere mecanismos más virtuales y menos físicos para la socialización de las agendas culturales (utilización de facebook, whatsapp, twitter, instagram).

### **Recomendaciones**

Elaboración de un video institucional, promocional o informativo de las actividades que realiza la entidad, y compartirlos en las redes sociales youtube, facebook, página web, twitter, correos electrónicos (Gmail, Hotmail, Yahoo, Outlook, etc.) entre otras redes sociales de libre acceso para todas las personas.

Promoción y difusión de los servicios en todos los medios posibles sobre los servicios que presta a la comunidad (Museo, Biblioteca, Sala de Internet gratuito, Taller de Artes Plásticas, Teatro, Danza, Grupo Coral, espacios para reuniones, conferencias y actos formales e informales, auspicios, etc.), y la juventud debería prestar más interés en el ámbito cultural de la localidad.

Diseño de un sistema social de redes sociales o vínculos interinstitucionales con las diferentes universidades, unidades educativas y entidades públicas de la provincia, con el objetivo de incentivar a la niñez, adolescencia y juventud a que sean partícipes de las diferentes actividades artísticas que se desarrollan en torno a las diversas artes.

Fortalecimiento de los medios virtuales mediante la interacción con los diferentes públicos, sondeos de opinión y participación ciudadana sobre aspectos que debería fortalecer la institución.

Creación de un mural o cartel informativo donde se muestren las actividades artísticas que hay en la semana, artículos relevantes que hayan sido publicados por miembros de la institución, escritores o ciudadanía en general.

Creación de un departamento de Comunicación Digital y Promoción Cultural, que sea un artífice en la consecución de los diferentes actos, organización, mediación y difusión permanente de los actos que lleva a cabo la institución.

Creación de un balcón de servicios mediante información para la ciudadanía donde se de asesoramiento para los diferentes trámites de auspicios, uso de locales, información cultural de la provincia y buzón de sugerencias.

### **DISCUSIÓN O REFLEXIÓN CRÍTICA**

El derecho a participar en la vida cultural reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966), debe traducirse en la práctica en políticas y programas que permitan a todos los miembros de la comunidad, cualquiera su condición, poder construir y expresar sus identidades y acceder a las expresiones artísticas y culturales.

Cabe mencionar que el desorden social es un factor significativo para que exista un desinterés e indiferencia en la población juvenil conforme al buen desarrollo de las actividades, afectando de forma directa para que la interacción social disminuya. De esta manera se producen desacuerdos interinstitucionales que desembocan en un comportamiento antisocial, aislamiento virtual y es cuando el individuo no se adapta o no quiere aceptar las normas y los valores de la sociedad en la que vive.

El manejo inadecuado de la información desde la esfera institucional hacia los medios de comunicación de masas, está ligado a la limitada información que estos presentan, ya que la promoción socializada viene en pastillas, con contenidos incompletos y aburridos, sin mayor creatividad, ni énfasis, lo que provoca el desconocimiento de la ciudadanía sobre las agendas culturales, particularmente si hablamos de la juventud, como una incertidumbre general sobre la programación artística – cultural, lo que da lugar a la disminución de asistentes en los diferentes eventos artísticos culturales de la localidad.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Canon:** Son preceptos, disposiciones o catálogos. Este vocablo latino de origen griego suele hacer referencia a un modelo de características perfectas (“Actuó de acuerdo a los cánones de la empresa”) y a los pagos de obligación periódica que gravan servicios o productos. En arte se refiere a las proporciones perfectas o ideales del cuerpo humano y se refiere a las relaciones armónicas entre las distintas partes de una figura.

**Cohesión Social:** En sociología es el grado de consenso de los miembros de un grupo social o la percepción de pertenencia a un proyecto o situación común. Es una medida de la intensidad de la interacción social dentro del grupo; puede ser medido con un test de índices o simplemente descrito o definido para cada caso. Atenta contra la cohesión la anomia, es decir, el comportamiento no basado en normas.

**Cuantitativo:** es un adjetivo que está vinculado a la cantidad. Este concepto, por su parte, hace referencia a una cuantía, una magnitud, una porción o un número de cosas. Hay que resaltar la existencia de lo que se ha dado en llamar investigación cuantitativa. Ella pretende tomar una decisión respecto a ciertas alternativas, que tienen la particularidad de que entre ellas hay una relación que se puede representar de forma numérica.

**Dialéctica:** Es una rama de la filosofía cuyo ámbito y alcance ha variado significativamente a lo largo de la historia. Teoría y técnica retórica de dialogar y discutir para descubrir la verdad mediante la exposición y confrontación de razonamientos y argumentaciones contrarios entre sí. Conjunto de razonamientos y argumentaciones de un discurso o una discusión y modo de ordenarlos.

**Diegético:** En una obra literaria o cinematográfica es el desarrollo narrativo de los hechos. Para Aristóteles, el relato (diégesis) es uno de los modos de imitación poética (mímesis); el otro es el de la representación directa de las acciones que hablan o actúan ante el público.

**Endógeno:** Es utilizado por distintas disciplinas para hacer referencia a algo que es originado dentro de una cosa, en contraposición a exógeno. Según la RAE, endógeno hace referencia a algo que se origina o nace en el interior, o que se origina en virtud de causas internas. El término es utilizado en las ciencias para describir ciertos fenómenos.

**Estructuralismo:** Teoría y método científicos de diversas ciencias humanas (antropología, sociología, psicología, etc.) que se basa en el análisis de los hechos

humanos como estructuras susceptibles de formalización. Teoría lingüística que considera la lengua como una estructura o un sistema de relaciones y establece los principios de forma y función para delimitar y clasificar las unidades de una lengua.

**Generacional:** Aquello que está relacionado con las generaciones en tanto grupo de personas, De la generación de coetáneos o relativo a ella.

**Indeleble:** Se emplea a la hora de querer dar cuenta de aquello que resulta ser imposible de quitar o de borrar.

**Industrias Culturales:** Es un concepto desarrollado por Theodor Adorno y Max Horkheimer para referirse a la capacidad de la economía capitalista, una vez desarrollados ciertos medios técnicos, para producir bienes culturales en forma masiva. En una definición más amplia, es el sector de la economía que se desarrolla en torno a bienes culturales y servicios culturales, tales como el arte, el entretenimiento, el diseño, la arquitectura, la publicidad, la gastronomía y el turismo.

**Interdisciplinario:** Es un adjetivo que refiere a aquello que involucra a varias disciplinas. El término suele aplicarse a actividades, investigaciones y estudios donde cooperan expertos en distintas temáticas.

**Lingüística:** Nombra a aquello que pertenece o está relacionado con el lenguaje. Esta palabra también permite hacer mención a la ciencia que tiene a la lengua como objeto de estudio. Es el estudio científico tanto de la estructura de las lenguas naturales y de aspectos relacionados con ellas como de su evolución histórica, de su estructura interna y del conocimiento que los hablantes poseen de su propia lengua.

**Lúdico:** Se refiere a todo aquello propio o relativo al juego, a la diversión, es decir, un juego de mesa, una salida con amigos a un parque de diversiones son todas actividades lúdicas.

**Paradoja:** Es una idea extraña opuesta a lo que se considera verdadero a la opinión general. También se considera paradoja a una proposición en apariencia falsa o que infringe el sentido común, pero no conlleva una contradicción lógica, en contraposición a un sofisma que solo aparenta ser un razonamiento verdadero. En retórica, es una figura de pensamiento que consiste en emplear expresiones o frases que implican contradicción.

**Patrimonio:** Es el conjunto de bienes y derechos, cargas y obligaciones, pertenecientes a una persona, física o jurídica. En el ámbito legal, el concepto es el conjunto de relaciones jurídicas pertenecientes a una persona, que tienen una utilidad

económica y por ello son susceptibles de estimación pecuniaria, y cuya relaciones jurídicas están constituidas por deberes y derechos (activos y pasivos).

**Quemeimportismo:** coloq. Ec. Actitud de indiferencia y apatía ante los asuntos propios o los sociales.

**Retórica:** Es la disciplina transversal a distintos campos de conocimiento (ciencia de la literatura, ciencia política, publicidad, periodismo, ciencias de la educación, ciencias sociales, derecho, etc.) que se ocupa de estudiar y de sistematizar procedimientos y técnicas de utilización del lenguaje, puestos al servicio de una finalidad persuasiva o estética, añadida a su finalidad comunicativa. Arte de expresarse con corrección y eficacia, embelleciendo la expresión de los conceptos y dando al lenguaje escrito o hablado el efecto necesario para deleitar, persuadir o conmover.

**Reingeniería Social:** Es una metodología nueva con la que se pretende dar un giro global a los procesos de una empresa. No busca sólo una mejora, sino que trata de reinventar los procesos. La Reingeniería implica un cambio radical en la forma de concebir las organizaciones, para lo cual regresa a la esencia del negocio, cuestionando sus principios fundamentales y la forma en que opera. Es comenzar de cero, es un cambio de todo o nada.

**Rito:** Es un acto religioso o ceremonial repetido invariablemente en cada comunidad cultural. Los ritos son las celebraciones de los mitos; por tanto, no se pueden entender separadamente de ellos. Tienen un carácter simbólico, expresión del contenido de los mitos. La celebración de los ritos (ritual) puede consistir en fiestas y ceremonias, de carácter más o menos solemne, según pautas que establece la tradición.

**Renderizar:** Es un término usado en jerga informática para referirse al proceso de generar una imagen o vídeo mediante el cálculo de iluminación GI partiendo de un modelo en 3D. Este término técnico es utilizado por los animadores o productores audiovisuales (CG) y en programas de diseño en 3D como por ejemplo CINEMA 4D, 3DMax, maya, Blender, SolidWorks, etc.

**Sinergia:** procede de un vocablo griego que significa “cooperación”. El concepto es utilizado para nombrar a la acción de dos o más causas que generan un efecto superior al que se conseguiría con la suma de los efectos individuales. Suele considerarse que la sinergia supone la integración de partes o sistemas que conforman un nuevo objeto.

Por lo tanto, el análisis de este nuevo objeto difiere del análisis de cada una de las partes por separado.

## **GLOSARIO DE SIGLAS**

**C.C.:** Cédula de Ciudadanía. (pág. iii).

**CCENT:** Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua (pág. 1).

**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe (pág. 94).

**CONADIS:** Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (pág.18).

**ESPOL:** Escuela Superior Politécnica del Litoral (pág.30).

**FLACSO:** Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (pág. 20).

**HTML:** HyperText Markup Language o lenguaje de marcas de hipertexto (pág. 32)

**OG's:** Organizaciones Gubernamentales (pág. 43).

**OIJ:** Organización Iberoamericana de Juventud (pág. 22).

**ONG's:** Organizaciones no Gubernamentales (pág. 31).

**ONU:** Organización de las Naciones Unidas (pág. 44).

**RAE:** Real Academia Española (pág. 37).

**UNAM:** Universidad Nacional Autónoma de México (pág. 35).

**UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (pág. 4).

**UNITEC:** Universidad Tecnológica de México (pág. 29).

**UTA:** Universidad Técnica de Ambato (pág. 29).

**V.D.:** Variable Dependiente (pág. 26).

**V.I.:** Variable Independiente (pág. 25).

**WWW:** World Wide Web o Red mundial (pág. 32).