



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO ENERO – MARZO 2016.

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR

JUAN GABRIEL CORREA SALAZAR

DIRECTOR:

Lic. SYBEL ENRIQUE ONTANEDA ANDRADE Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

Lic. SYBEL ENRIQUE ONTANEDA ANDRADE Mg. Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Haber dirigido la elaboración de la Tesis titulada: **ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO ENERO – MARZO 2016.** del señor egresado **JUAN GABRIEL CORREA SALAZAR**, previo a la obtención del grado de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, durante todo el proceso de investigación y edición considero que la investigación cumple con los requisitos necesarios para su análisis, estudio y sustentación como lo estipulan las Normas Generales de Graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, por lo que autorizo su presentación.

Loja, 31 de agosto de 2017



Lic. SYBEL ENRIQUE ONTANEDA ANDRADE Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, JUAN GABRIEL CORREA SALAZAR, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Juan Gabriel Correa Salazar

Firma:  _____

Cédula: 190061989-9

Fecha: Loja, Mayo 04 del 2018

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, Juan Gabriel Correa Salazar, declaro ser el autor de la tesis titulada: **ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO ENERO-MARZO 2016.** Como requisito para obtener el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para la constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los cuatro días del mes de Mayo del dos mil dieciocho.

Firma: _____

Autor: Juan Gabriel Correa Salazar

Cédula: 190061989-9

Dirección: Zamora Chinchipe. Yantzaza, Avenida Rafael Pullaguari y calle Girasoles

Correo Electrónico: gabrielcorreasalazar@gmail.com

Teléfono: 0980395151

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Lic. Sybel Ontaneda Andrade Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Presidente Dr. Milton Eduardo Andrade Tapia PhD.

Primer Vocal Lic. José Antonio Delgado Valdivieso Mg. Sc.

Segundo Vocal Lic. Luis Javier Ontaneda Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a la Universidad Nacional de Loja, la misma que me formó en valores y ética moral para forjar mi destino profesional en esta hermosa Patria. De igual forma, a su contingente de docentes, quienes aportaron en mi formación académica.

Agradezco al Lic. Sybel Ontaneda Mg. Sc. por su predisposición para la realización del proyecto y durante el proceso de la tesis, ya que a que supo guiarme para despejar cualquier duda sobre los conceptos, técnicas e instrumentos a emplear en mi trabajo investigativo.

De igual manera, reconozco con infinita sencillez de humildad a todos mis compañeros y compañeras de aula. También quiero reconocer a mis amigos y amigas, por los lazos de amistad y más aún, por la motivación que me supieron dar, en el entorno de la educación.

Por último, terminaré diciendo gracias, a mis seres queridos quienes estuvieron conmigo en las buenas y en las malas, apoyándome de manera desinteresada.

DEDICATORIA

Con total entrega y sacrificio agradezco a Dios, mi fortaleza y tenacidad; dedico mi trabajo investigativo a mis padres, hermanos, sobrinos y parientes cercanos, quienes me supieron dar el empuje en esta ardua tarea de educarme para ser mejor y servir a la sociedad. Dios les pague docentes, amigos y compañeros del aula, por sus muestras de amabilidad y afecto hacia mí en los años de estudio. ¡Gracias de todo corazón!

GABRIEL CORREA

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR/TÍTULO DE LA TESIS	FUENTE	FECHA AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
TESIS	JUAN GABRIEL CORREA SALAZAR ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO ENERO – MARZO 2016.	UNL	2018	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	EL SAGRARIO, SUCRE, SAN SEBASTIÁN, EL VALLE	CIUDAD DE LOJA	CD	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Fuente: Biblioteca de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación.

MAPA GEOGRAFICO Y CROQUIS UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN DE LOJA



Fuente: David C.S. Recuperado de goo.gl/NbCmxW

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN CIUDAD DE LOJA



Fuente: Municipio de Loja

ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE TESIS
 - a. TÍTULO
 - b. RESUMEN
 - ABSTRACT
 - c. INTRODUCCIÓN
 - d. REVISIÓN DE LITERATURA
 - e. MATERIALES Y MÉTODOS
 - f. RESULTADOS
 - g. DISCUSIÓN
 - h. CONCLUSIONES
 - i. RECOMENDACIONES
 - PROPUESTA ALTERNATIVA
 - j. BIBLIOGRAFÍA
 - k. ANEXOS
 - PROYECTO DE TESIS
 - OTROS ANEXOS

a. TÍTULO

ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL DE LOS MEDIOS
IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO
ENERO – MARZO 2016.

b. RESUMEN

El estudio cuenta con conceptos sobre las características de la cultura, concepto, importancia y objetivos; además, se enumera los tipos de cultura, así mismo el estudio de los medios Diario Crónica y Diario la Hora que son objeto de investigación, se analiza el contenido de la sección cultural; también, se detallan los datos recolectados a través de las encuestas que sirvieron para respaldar la investigación.

Se investigó la siguiente pregunta: ¿Qué importancia dan los periódicos a los temas y eventos culturales de la ciudad de Loja?, la investigación se realizó en el periodo de enero a marzo del 2016, en el cantón y provincia de Loja, cuyo objetivo general fue: analizar los contenidos de la sección cultural de los medios impresos: Diario Crónica y Diario La Hora de la ciudad de Loja.

En este contexto, el tema a investigar requiere aplicar diferentes métodos que fueron: cualitativo, cuantitativo, analítico y estadístico; métodos que ayudaron a recopilar, analizar, tabular e interpretar los resultados de la información, la misma que sirvió para saber el tratamiento que dan a los periódicos en temas de noticias culturales.

Se utilizó la técnica de encuestas, luego del análisis e interpretación de los resultados éstas sirvieron para la elaboración de las conclusiones y recomendaciones. Las encuestas se aplicaron a ciudadanos de la urbe céntrica de la ciudad de Loja, comprendida la edad entre los 25 a 74 años, basados en el total de la población del cantón Loja de 84.071 habitantes, según Censo de Población correspondiente al Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010 del Ecuador.

Palabras claves: Cultura, comunicación, identidad, interculturalidad y medios.

ABSTRACT

The study has concepts about the characteristics of culture, also its concept, importance, objectives, also has the types of culture, as well as the analysis of the study media, content and cultural section and published information. Also the data collected through the survey, the same ones that served to support the investigation.

How important are the newspapers in the cultural themes and events of the city of Loja, which was held from January to March, 2016, in the canton and province of Loja, with the general objective of: Analyzing the contents of the section Cultural of the printed media: Diario Crónica and Diario La Hora, of the city of Loja.

In this context, the research topic requires different methods to be applied: qualitative, quantitative, analytical and statistical methods that helped to collect, analyze, tabulate and interpret the results of the information, which served to know the treatment of newspapers in the topics of cultural news.

Also the technique of surveys was used, these served for the elaboration of the conclusions and recommendations. The surveys are applied to citizens of the central city of the city of Loja, between 25 and 74 years, based on the total population of the canton Loja of 84,071 inhabitants, according to the Population Census corresponding to the National Institute of Statistics and Census 2010 of Ecuador.

Keywords: Culture, Communication, Identity, Interculturality & media

c. INTRODUCCIÓN

Al sur del Ecuador se encuentra la provincia de Loja, que cuenta con 16 cantones, su cabecera cantonal es la ciudad de Loja, conocida también “Capital cultural del Ecuador”, se le atribuyen grandes personalidades destacadas en la cultura como: Benjamín Carrión, Segundo Cueva Celi, Pablo Palacios, Eduardo Kingman, entre otros; quienes se destacaron en ámbitos culturales dentro de la música, poesía y literatura.

En la ciudad de Loja existen varios personajes que dieron renombre a la cultura lojana, a esta ciudad se le atribuye ser “Cuna de Artistas”, debido a que un sinnúmero de personajes dedicadas a la música; en cada lugar de la ciudad se puede apreciar los monumentos a personas destacadas en el ámbito cultural que dejaron el nombre de Loja en alto. Dentro de la agenda cultural del Municipio de Loja cada semana se presencia los jueves culturales y presentaciones en el Teatro Nacional Benjamín Carrión Mora, las mismas que son gratuitas, aquí se puede observar las manifestaciones culturales con las que cuenta la ciudad de Loja.

El contexto de la temática que se ha investigado es: **ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO ENERO – MARZO 2016.**

El tema se planteó con la finalidad de conocer el tratamiento de la información de la sección cultural de las noticias de los periódicos de la ciudad de Loja, Diario Crónica y Diario La Hora, Loja posee un enorme potencial cultural; por lo tanto, el análisis sirve para demostrar la difusión de los hechos culturales que hacen noticia día a día y conocer sobre el impacto que tiene en la sociedad, puede ser positiva, crítica o humanista.

La difusión de los periódicos en la ciudad de Loja muestra un contenido sobre los hechos noticiosos, permiten interactuar con el lector a través de la lectura, lo que hace

imprescindible el contenido de forma y fondo de las noticias culturales; por tal razón, la presente investigación motivó a plantear una problemática que engloba la siguiente interrogante. **¿Qué importancia dan los periódicos a los temas y eventos culturales de la ciudad de Loja?**

Se procedió, constató y se realizó una revisión de literatura, la aplicación de materiales y métodos necesarios para comprobar los resultados y discutirlos; y a partir de ello, crear las conclusiones y recomendaciones. Acompañado de la bibliografía y el respaldo de sus anexos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Cultura

Cultura es el conjunto de manifestaciones humanas, demostrada en distintas formas, sean culturales y sociales, donde se adaptan nuevas formas, se reproducen formas de vida o se crea, según las necesidades, clima, situación y religión. La cultura es importante para el desarrollo de un territorio o sociedad particular porque permite relacionarse entre sí y definir metas y proyectos que ayuden a la misma, con el fin de beneficiarse de las decisiones tomadas.

En ese sentido Ron (1997, p. 9) afirma que:

El concepto de cultura, como hemos podido notar, se hallaba inicialmente cubierto por la filosofía y no sólo que aparece en esta forma, sino que la filosofía constituye, desde su apareamiento, una manera de enfocar el fenómeno cultural en su conjunto, al sustentar tesis esenciales sobre el mundo y la vida, las cuales influyen directamente sobre el comportamiento social.

Como menciona el autor antes indicado la cultura está inmersa en cada momento del accionar humano, ya sea el uso de la vestimenta, su alimentación, es la herencia ancestral que se trasmite a través de interacciones con más individuos, es la esencia arraigada de la cultura en todo su esplendor.

El hombre se adapta a los diferentes cambios de la vida, demostrando un acostumbrado, hábito, que se repite de generación en generación, es decir, puede modificar su hábito, incluso crea un nuevo hábito, acorde a la necesidad o preferencia de dar a conocer a los demás, siendo el mismo incluso respetado o criticado por la sociedad.

Gómez (2006, p.16) cita a Leslie (1959) quien manifiesta que:

La “Cultura es un continuum extrasomático (no genético, no corporal) y temporal de cosas y hechos dependientes de la simbolización. La cultura consiste en herramientas, creencias, rituales, juegos, obras de arte, lenguaje, etc”. Es un todo complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y todas las otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad.

Es una realidad instrumental que ha aparecido para satisfacer las necesidades del hombre que sobrepasan su adaptación al medio ambiente. La cultura es un todo integrado.

Son todos los aspectos antropológicos desde la historia del ser humano y con los que convive a su alrededor adaptándose a la vez con su música, gastronomía, vestimenta y diferentes formas de vivir. Son todas las manifestaciones sociales que conlleva a mejorar su condición de vida en la sociedad, generando un aporte significativo en lo que data su historia predecesora.

Con respecto a lo manifestado anteriormente Barada (2009, p.159) manifiesta lo siguiente:

La cultura, entonces, es algo esencialmente humano: el hombre con ella transforma el entorno, se adapta a él y lo adaptarlo a sí. La noción de cultura no se aplica a nada que no sea humano. Desde el punto de vista antropológico, la cultura es un elemento común a la humanidad toda, dada la unidad genética humana, a la vez que es una manera de interpretar la realidad de nuestro entorno y las cuestiones humanas que ese suscita, sus particularidades.

Según la Organización de las Naciones Unidas en un post realizado por el Día Mundial de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo dice lo siguiente sobre la cultura:

La cultura, en su rica diversidad, posee un valor intrínseco tanto para el desarrollo como para la cohesión social y la paz. La diversidad cultural es una fuerza motriz del desarrollo, no sólo en lo que respecta al crecimiento económico, sino como medio de tener una vida intelectual, afectiva, moral y espiritual más enriquecedora.

La cultura es importante para cada pueblo y también conozca sobre los demás, claro, siempre y cuando no se atente contra la vida humana.

Uno de los principales objetivos que produce la cultura es promover las capacidades humanas, desarrollar las políticas culturales de acuerdo a las necesidades de cada individuo y dar a conocer el enriquecimiento intangible de un pueblo, sus costumbres, tradiciones y creencias.

Cultura organizacional

Dentro de esta perspectiva universal, en la actualidad es muy común escuchar hablar de cultura de empresa” o “cultura organizacional”. Esta conceptualización, a través de un discurso humanista busca la comprensión de las mentalidades, de las lógicas culturales de los obreros, a partir de ello como solución implementar estrategias efectivas que hagan posible la elevación de los índices de productividad de las empresas. Estos conceptos surgen como respuesta estratégica a los requerimientos de las empresas para enfrentar las crisis que algún momento estás podrían enfrentar, dentro de este tema se incluye a la cultura; ya que es necesario conocer ciertas características que poseen los trabajadores al momento de desempeñar su trabajo.

La cultura organizacional es el proceso más importante de una empresa para la generación de la comunicación, esta se ha convertido en uno de los componentes fundamentales de las empresas sólidas y exitosas, puesto que al relacionarse directamente con la gestión del conocimiento define como tal a la empresa. Las empresas empezaron a considerar la importancia que tiene la cultura en la construcción de los procesos simbólico. Se empezó a ver la necesidad de generar rituales y prácticas culturales al interior de las empresas, puesto que estas provocan en los trabajadores conductas de lealtad y eficacia productiva. (López, 2012, p.18).

Lo que se pretende es que los trabajadores internalicen su quehacer laboral haciéndolos sentir que la empresa es parte de ellos, lo que permite que se adhieran, apoyen e impulsen los objetivos empresariales para disminuir la conflictividad laboral.

Desde esta visión de cultura de empresa u organización, hoy forma parte del lenguaje común de las facultades de administración de empresas, la concepción de cultura resulta terrible, al considerar a las comunidades obreras como colectividades cerradas, estáticas y homogéneas (Guerrero, 2002, p.50)

Desde un culturalismo extremo esta visión señala que, si es la cultura la que modela la totalidad de las conductas, actitudes y comportamientos de los individuos, la “cultura organizacional” o la “cultura de empresa”, lo que busca es imponer su sistema

de valores y representaciones culturales a quienes laboran en ella, para obtener mayores niveles de productividad y rentabilidad. (Íbid)

Cultura Social

La cultura es esa construcción que hizo posible que el ser humano llegue a constituirse como tal y a diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza. La cultura tiene que ser mirada como una “construcción” específicamente humana, resultante de la acción social.

Guerrero (2002) escribe:

Si vemos la cultura como una construcción social presente en la diversidad de la sociedad humana, sería equívoco entenderla al margen de la misma sociedad y de los sujetos sociales que la construyen, puesto que la cultura es posible, porque existen seres concretos que la construyen desde su propia cotidianidad como respuesta a la dialéctica transformadora de la realidad y de la vida. De ahí la importancia de estudiar los procesos sociales e históricos que nos acerquen a los actores constructores de cultura y a los procesos de construcción y revitalización de sus creaciones culturales.

Con respecto a lo citado anteriormente se puede decir que, al caracterizarla a la cultura como construcción social, es el producto de acciones sociales concretas generadas por actores sociales, igualmente concretos y en procesos históricos específicos, decir que la cultura es una construcción social implica que ésta solo puede ser creada en conjunto con dos o más individuos, en comunión, en relación dialógica con otras personas.

Las conductas culturales para ser consideradas como tales deben ser creadas por una sociedad, compartidas por un grupo social, y, por lo tanto, son transferibles de individuos a individuos, de una generación a otra. Los elementos culturales cumplen así la función de elementos constantes, capaces de cohesionar, unir, identificar, interpretar y modificar la acción social. (Guerrero, 2002, p.52).

La cultura es esa herencia social la misma que nos permite vivir juntos dentro de una sociedad organizada; además, nos ofrece posibilidad de brindar soluciones a nuestros problemas; conocer y predecir las conductas sociales de los demás individuos de una sociedad determinada; así mismo, saber qué pueden esperar de nosotros las demás personas.

La cultura es una interacción social, ese conjunto de interacciones dan sentido a la existencia de un grupo de personas o individuos. Desde el día en que nacemos hasta el día de la muerte el ser humano pertenece a una sociedad y es parte de una cultura.

De manera sencilla podríamos manifestar que una sociedad siempre está integrada por gente, la cultura es la manera de cómo esta gente se define todas sus costumbres, tradiciones que un grupo comparte; por lo tanto, una sociedad no es una cultura, sino que posee una cultura, esta puede ser transmitida de generación en generación o puede suceder lo contrario, que con el paso del tiempo tenga ciertas modificaciones.

Según Domínguez (s.f) habla de dos funciones de la cultura que son:

Las funciones de la cultura son dos, la primera provee un contexto en lo que nos relacionan los aspectos de una sociedad como son: el lingüístico, el físico y el psicológico. El lenguaje crea una comunicación con gente que tiene valores y creencias similares. Los aspectos físicos permiten un ambiente de actividades que nosotros hacemos con la cultura. Lo psicológico se relaciona con las actividades mentales, enfocándose en que creemos y en que hemos aprendido. La segunda, proporciona estructura, estabilidad y seguridad que nosotros usamos como parte de un grupo. Para algunas personas la estabilidad y estructura puede indicar subordinación, en cambio para otros la estabilidad es bien recibida. (p.4)

El ser humano pudo llegar a la historia porque fue capaz de construir cultura. Todas las fuerzas que pone en movimiento le permiten crear y recrear nuevas formas de sociedad, y es en esa misma fuerza transformadora que constituye la cultura donde encuentra la posibilidad para transformar la sociedad y la historia. (Ibíd.)

Cultura e identidad

Cultura e identidad son dos términos que se interrelacionan entre sí, pues significan todo el conjunto de valores, tradiciones, costumbres, modos de comportamiento y creencias dentro de un grupo social. El término identidad tiene sentido de pertinencia a una cultura.

Por su parte Giménez (2010, p.1) acota lo siguiente en cuanto a cultura e identidad:

Los conceptos de cultura e identidad son conceptos estrechamente interrelacionados e indisolubles en sociología y antropología. En efecto, nuestra identidad sólo puede

consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad (...). Por eso suelo repetir siempre que la identidad no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores.

Por otro lado, Guerrero (2002) dice que “la cultura e identidad son construidas, lo que significa que no son fenómenos “naturales” ni arbitrarios, sino que son el producto de un proceso socio histórico de creación constante, de acciones sociales y de sujetos sociales concretos”.

En sí, el eje clave para saber y decir quiénes somos es el sentido de adscripción o pertenencia, la conciencia, la interiorización que hace sentirnos parte de una sociedad o grupo social que comparte una misma raíz histórica, un mismo universo simbólico, una particular visión sobre la vida, una cultura por la que ha podido llegar a ser lo que es.

Tipos de Cultura

Tipos de Cultura	
Tipo	Característica
Cultura Tópica	Es la que engloba un listado de categorías o, como bien indica su nombre, tópicos tales como religión, sociedad, etc.
Cultura Histórica	Se entiende a la cultura como una herencia social. Indica la relación que una sociedad establece con su pasado.
Cultura Mental	Se entiende a la cultura como todos aquellos hábitos o costumbres que diferencian a un individuo o un conjunto de individuos del resto. La cultura mental

	es propia de cada persona, y está ligada a sus conocimientos y capacidades.
Cultura Estructural	Se entiende a la cultura como un conjunto de símbolos, valores, creencias y conductas reglamentadas y relacionados entre sí.
Cultura Simbólica	La misma se conforma a partir de la significación arbitraria otorgada, comunicada y compartida por los miembros de un grupo social.

Figura 1: Tipos de cultura. Morfín (2017)

Elaboración: El autor

Comunicación

La comunicación es una de las formas más importantes que el ser humano desarrolló como principal característica. La importancia de la comunicación radica en que es una actividad esencial para la vida de la sociedad. En este sentido la comunicación es un proceso cuyo objetivo del emisor es transmitir un mensaje y obtener una respuesta por parte del receptor.

Así, Flores (2014) afirma que “la comunicación ha existido siempre, desde que nuestros antepasados expresaban sus ideas en dibujos rupestres, pasando por Aristóteles que enseña que la comunicación es la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”.

Como se ha manifestado anteriormente la comunicación es un proceso mediante el cual el emisor emite un determinado mensaje al receptor, haciendo que en éste provoque un estímulo o reacción. El ser humano le ha dado mucha importancia a la

comunicación; de tal manera, que existen diferentes interpretaciones de la palabra que se sitúan en épocas muy antiguas.

La definición más aceptada en nuestra época, y que más teorías ha provocado, es la realizada por Lasswell (1948). Basado en la identificación de Aristóteles de “el quién, el qué y el a quién de la comunicación”, y añadió dos elementos “el cómo y el para qué”. Este modelo de preguntas es su modo de explicar a través de la interrogación o de exigir y buscar una explicación. (...) La intención del proceso de comunicación marcó una importante tendencia en la forma de entender la comunicación. Para Lasswell la comunicación es intencional y con un fin; los procesos de comunicación de masas son asimétricos entre un emisor activo y una masa pasiva. Y en esta opinión se alinean otros autores de la época. (Ruiz, 2016, p. 31).

Además de los componentes de la comunicación señalados antes, hay que agregar otros como es el canal, que viene a ver el medio utilizado para hacer llegar el mensaje y el contexto que es la situación o referente, entendido éste como la dimensión espacio-temporal y física en el momento de producirse el proceso comunicativo.

Con respecto a ello, Guardia (2009, p. 16) menciona lo siguiente:

Estos componentes están íntimamente relacionados con las funciones comunicativas del lenguaje. Así, vemos que la función expresiva corresponde al emisor, la función conativa, a la del receptor; la función fática, a la del contacto o canal; la función metalingüística, a la del código; la función poética, a la del mensaje y la función referencial, a la del contexto o situación. Claro está, que estos elementos están continuamente en movimiento, dado el carácter interaccional que conllevan. Así, por ejemplo, el emisor se puede convertir en receptor y viceversa y en las funciones pueden tomar parte ambos elementos.

Ahora, hablando de comunicación y cultura, voy a establecer una una relación entre estos términos; la comunicación es ante toda la capacidad desarrollada por el ser humano, necesaria para la interacción social, por otro lado la cultura as formas es contenido que determinan las funciones sociales de las personas que entran en ella, por su posición en el sistema de las relaciones sociales y por su pertenencia a una u otra comunidad o grupo; se regulan por los factores relacionados con la producción, el intercambio y el consumo, así como por las tradiciones, normas morales, jurídicas e institucionales y servicios sociales. De manar que comunicación y cultura han ido de la mano desde sus propios orígenes.

La comunicación es el puente que enlaza la vivencia del individuo con la de su grupo de pertenencia y, cuando es necesario, con individuos de otros grupos.

Esta vivencia es también de tipo mental, ya que el pensamiento y la comunicación con otros se desarrollan como un diálogo interno del individuo consigo mismo. De allí que podemos concluir que el propio pensamiento es el resultado de los procesos comunicacionales entre los individuos de una sociedad que forman parte de una misma cultura. (Amodio, 2006, p. 25).

“Desde esta perspectiva, la comunicación tiene un sentido más originario, determinado por nuestro propio ser: no podemos existir sino a condición de interpretar nuestras experiencias de vida y comunicarnos con nuestros semejantes”. (Amador, 2015, p.18).

A simple vista, juntar los términos comunicación y cultura llevaría a incurrir en una repetición, sí, a simple vista, consideramos que la comunicación es inseparable de toda cultura y ésta no puede ser comprendida prescindiendo de los procesos de comunicación que le acompañan; sin embargo, comunicación y cultura son dos universos insertos dentro de un mundo que podríamos denominar la vida humana. Inseparables, interdependientes; el uno condición del otro, pero fenómenos de la vida humana con personalidad propia. Cada uno de estos términos cumple una función dentro de la interacción social.

Prada (1997) brinda una interpretación sobre la comunicación cultural y manifiesta que:

Hablar hoy de la comunicación cultural es abarcar un universo complejo signado por los efectos de la globalización en la economía, en la política, en la tecnología, la educación y las comunicaciones tradicionales. La idea central es que la sociedad globalmente considerada es emisora permanente de mensajes de variada índole. Lo urbano, lo rural, son espacios de intensa producción cultural y al mismo tiempo ámbito de difusión de mensajes elaborados por los medios masivos, para los cuales la cultura popular suele ser marginal y por lo tanto subvaluado, cuando no neutralizado. El estudio de la comunicación en las últimas cuatro décadas ha pasado por diversos modelos. Inicialmente, se puso especial énfasis en la teoría lineal de causa-efecto a partir del emisor, pasando por los mensajes y terminando en los receptores. En la década de los sesenta, predominó la atención en los medios masivos, bajo la visión apocalíptica que es por todas conocidas.

En cuanto a la relación entre comunicación y cultura, primeramente, requiere

considerar a la comunicación como el proceso básico de construcción social; además esta relación es considerada un mecanismo activador del dialogo y por lo tanto de la convivencia social. Por otra parte, se deduce que la comunicación es la base de toda interacción social y la cultura debe ser entendida como la organización de las relaciones establecidas en un grupo social.

Tipos de Comunicación

Existen dos tipos de comunicación, que en forma simultánea pueden influenciar el comportamiento del hombre. Es en cada uno de ellos donde se almacena la información obtenida sobre algún dato o circunstancia importante dentro de las organizaciones, expresándose de manera distinta, dependiendo de qué tipo de comunicación se trate.

Externa: Es la creada por la administración para controlar el comportamiento individual y grupal, pero sobre todo para alcanzar metas de la organización. Jiménez (2018) menciona a Hughes (1986) que “este sistema es dictado por el ambiente técnico, político y económico de la organización”

Dentro de las organizaciones o instituciones la comunicación externa es considerada como el conjunto de actividades comunicativas dirigidas al público externo con el objetivo de crear una buena imagen institucional y por ende mejorar la relación con su público objetivo.

Las comunicaciones externas son todos aquellos que rodean a la empresa, el entorno con el que interactúa la organización. Es un proceso en el que se relaciona a los miembros de la compañía con los elementos que les rodean. Es, como su propio nombre indica, el proceso de transmisión de la información desde dentro de la empresa hacia el exterior (marketing, publicidad, relaciones públicas. (Gutierrez, 2014, p.9)

Interna: “Dentro de la Comunicación Interna una de las principales funciones encargadas es crear ese clima en el cual el desarrollo de los empleados sea lo más satisfactorio posible” Íbid.

En toda organización, la comunicación fluye por canales de autoridad y

responsabilidad, que son conocidos como formales (correspondencia, instructivos, manuales, ordenes, etc.) se crea y desarrolla con la interacción de la gente dentro de estos canales formales.

El objetivo principal y fundamental de la comunicación interna es motivar a todos los integrantes de la empresa a construir un clima laboral sin conflicto y así cumplir con los objetivos planteados por la institución.

En este sentido Armas (2014, p.33) afirma lo siguiente al respecto:

La comunicación interna debe proceder como un principio de relación o de unión de las personas hacia la obtención de resultados. Si se observa la comunicación de este modo, contribuirá a la organización una clara visión de la realidad actual en la que se localiza, y qué distancia se debe de recorrer para conseguir la situación deseada. La comunicación interna intenta hacer del conocimiento de los colaboradores lo que piensan los directivos de la organización, que estos a su vez, también identifiquen el pensamiento de los colaboradores, y que se conozcan entre sí.

Por ello, transmitir una comunicación dentro de una institución no solo implica que la información llegue a su destinatario, en este caso los trabajadores; más allá de eso, implica obtener resultados, es decir que la institución cree en el mercado un buen posicionamiento institucional.

Dentro de los tipos de comunicación interna, comúnmente se conoce dos tipos, estos son: la comunicación ascendente y descendente. La primera se realiza desde abajo hacia arriba en el organigrama de la empresa (empleado-jefe) y la segunda tiene lugar de arriba hacia abajo (jefe –empleado). A menudo, muchas instituciones utilizan la comunicación descendente, en donde el empleado solo recibe órdenes.

Dentro de los grupos de cualquier organización, también se origina comunicación informal, que, por no seguir los canales formales, se le conoce de esa forma, (opiniones, comentarios, rumores, etc.), en ocasiones esta puede ser de gran importancia, ya que por su naturaleza puede influir más que la comunicación formal, e inclusive ir en contra de esta. Por estos motivos se recomienda a las organizaciones que los canales de comunicación formal se apoyen en las redes informales. (Calderón, 1990)

Elementos de la comunicación

Balarezo (2014) menciona a Berges (2011) quien explica lo siguiente “Se denomina comunicación organizacional al proceso por el cual se transmite una información entre un emisor y un receptor a fin a la empresa”.

Parafraseando a Valarezo (2014, p. 30) los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son los siguientes:

- **Emisor:** Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).
- **Receptor:** Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.
- **Código:** Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- **Canal:** Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).
- **Mensaje:** La propia información que el emisor transmite.
- **Contexto:** Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

Por otra parte, también se adiciona a los elementos antes expuestos de la comunicación organizacional interna, otros más que a continuación detallaremos:

- **Retroalimentación:** Es el elemento que indica si hubo éxito o no en el proceso. Se medirá si una información llegó adecuadamente al receptor si se recupera respuesta del mismo ante la información.
- **Ruido:** “Todo aquello que entorpece la comunicación. Por ejemplo: una conexión telefónica deficiente, falta de atención del receptor, uso de lenguajes diferentes, prejuicios a la hora de entender el mensaje, gestos corporales que contradigan lo que se dice, etc”.

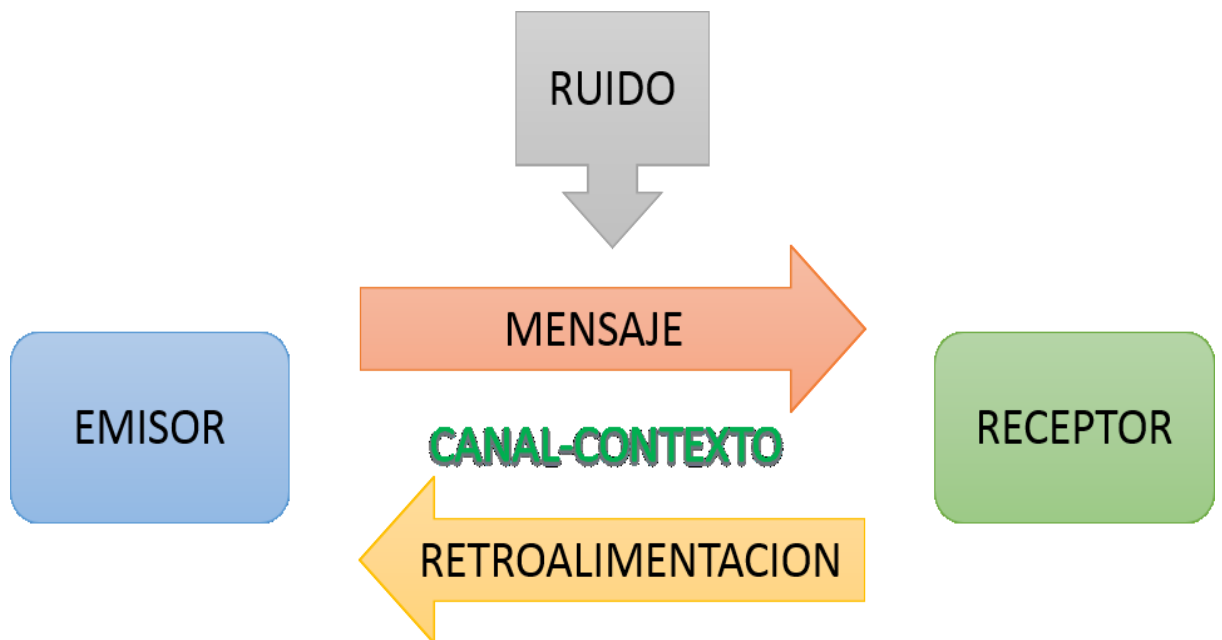


Figura 2. Representación gráfica de los elementos de la comunicación. Balarezo (2014).

Elaboración: El autor

Por último, la comunicación interna se centra como un proceso indispensable dentro de las organizaciones, en la cual participan varios elementos que son necesarios para que ésta se lleve a cabo con total eficiencia. A los elementos presentados por los dos autores anteriores, adicionamos las características de la codificación y decodificación.

El autor antes mencionado explica la codificación y decodificación de la siguiente manera:

Características de la codificación y decodificación	
Codificación	Traduce la idea a comunicar en un código, ya sean palabras orales o escritas u otros símbolos que tengan un significado común y fácil de comprender para el otro. Es decir, poner la idea en un “lenguaje” adecuado tanto para el que lo envía como para quien lo recibe.
Decodificación	La decodificación es cuando se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso transmitir. Es aquí, cuando se observa si el código y el medio fueron los adecuados para que el receptor interpretara el mensaje de la manera en la que el emisor deseaba. Y es en este elemento donde la retroalimentación es eficaz o errónea.

Figura 3. Características de la codificación y decodificación. *Íbid.*
Elaboración: El autor

Importancia de la comunicación

Se comprende, pues, que la importancia de la comunicación aumenta a medida que un individuo siente que está progresando en sus actividades sociales. Pues la comunicación es el fenómeno de carácter social, a través del cual comunicamos nuestras actitudes, sentimientos, ideas y experiencias a la sociedad. El éxito de un partido político será más evidente si la comunicación de los elementos que requiere estas actividades que son manejados con claridad y con el buen uso de la lengua. En una clase, los estudiantes se sentirán más satisfechos en la medida en que el maestro es capaz de comunicarse

adecuadamente, pues mientras más complicado sea el tema de estudio, mayor habilidad comunicativa debe tener el emisor.

De manera general la importancia de la comunicación radica en que permite al ser humano mostrarnos como seres sentimentales, ya que mediante este proceso se logran las buenas relaciones humanas; la comunicación es el pilar fundamental de toda relación.

Ahora, con respecto a la relación entre cultura y comunicación, temas que enfoca el tema de la investigación, es fundamental decir que la comunicación entre seres humanos es la base esencial para la supervivencia de un grupo social, Así, dentro de este contexto Amodio (2006, p.13) manifiesta que:

Podríamos decir que la vivencia de los individuos se produce y realiza en un “ambiente comunicativo”, donde los mensajes fluyen constantemente en múltiples direcciones, enmarcados en un contexto social y cultural que les da sentido y valor. De esta manera, para aproximarnos a los procesos comunicativos necesitamos aclarar qué entendemos por sociedad y cultura, sobre todo cuando se trata de una comunicación desarrollada con el propósito de transmitir un saber, tanto en ambientes cotidianos como en ambientes escolares.

Todos los seres vivientes se comunican con sus semejantes para poder sobrevivir en su entorno específico, y también en entornos naturales diferentes del propio. Esta comunicación puede realizarse de innumerables formas, aunque todas necesitan tener un mínimo de estructura para alcanzar su finalidad: la de transmitir mensajes comprensibles entre seres distintos.

Medios Impresos

Concepto

Son materiales impresos físicos que se utilizan para la difusión de contenidos de interés general, como artículos científicos, revistas, periódicos, guías, trípticos y etcétera, utilizados con el fin de informar y comunicar sobre algún tema. Son los medios publicitarios que pasan por un proceso de impresión, cualquiera que éste sea.

Cornejo (2015, p. 25) aporta con un concepto de medios impresos y define de la siguiente forma:

Hoy en día se produce lo que se consume todo en torno a la publicidad ya que se pueden plasmar ideas sin importar distancia, país, religión ni edad. La información es para todo, la necesidad de comunicarnos entre los seres humanos, es la misma que hace millones de años. Las características de los medios de comunicación impresos están marcadas por el tipo de mensaje, la forma de entrega y de producción. Cuando se usa este medio conviene tener en claro qué es lo que se quiere decir y cuál es la mejor manera de decirlo.

El público que lee los medios impresos es muy variado:

- 1.- Toda la población tiene acceso a un medio
- 2.- Cada lector compra el que mejor satisfaga sus necesidades.

“El ejecutivo de medios tiene la oportunidad de elegir el medio impreso que mejor convenga a los objetivos de la estrategia publicitaria que ejecutará”. (Chila, 2016)

Definimos a los medios impresos como todas las publicaciones reimpresas en papel, éstas pueden ser periódicos o revistas con una periodicidad de publicación diaria, semanal, quincenal, mensual, bimensual, etc., que tienen por objeto informar, con una ventaja de perduración en el tiempo; porque pueden ser revisadas una y otra para analizarla, citarla o compararla.

Los medios acaparan una gran cantidad de audiencia, el contenido debe ser variado para satisfacer las necesidades de información de la sociedad. (León, 2011, p. 13).

En esta época los medios impresos especialmente el periódico ha sido sustituido por la era digital, es muy común observar como las personas de todas las edades se informan mediante las plataformas digitales, dejando de lado los medios impresos.

Aunque la comunicación online está cobrando mucha fuerza, los medios impresos tienen su importancia y siguen construyendo el principal canal de comunicación. Existe en la actualidad un incremento en cuanto a las exigencias del periodismo, basadas principalmente en la necesidad del lector por estar informado de los acontecimientos que se suscitan en el mundo. Esto conlleva a una constante búsqueda de la optimización en el tratamiento de las informaciones suministradas a través de los mensajes que llegan al público.

Respecto a ello Zavala y Corona (2010, p.3) manifiestan lo siguiente:

Por ello, el empleo eficaz y oportuno de las características y funciones del lenguaje utilizado para la redacción de tales informaciones cobra cada vez mayor relevancia, ya que los periodistas se han convertido en agentes fundamentales en

la adquisición de conocimientos por parte de la población a la cual van dirigidos los mensajes emitidos en los medios de comunicación.

Los medios impresos no son un medio estático; por lo tanto, se puede hacer cosas asombrosas con integración de la tecnología, me refiero a la infografía y a su contenido atractivo, esto hará que se refuerce su difusión.

Objetivos de los medios impresos

Parafraseando a Balarezo (2010) podemos interpretar algunos objetivos de los medios impresos de la siguiente forma.

- Dirigir, ejecutar y evaluar la política comunicacional de la institución (Programas, productos, campañas y actividades), en las áreas de medios impresos, electrónicos, audiovisuales y radiofónicos, manteniendo un trabajo coordinado entre los distintos miembros de las dependencias y autoridades rectorales.
- Promover vínculos directos con los medios de comunicación social tanto interno como externo.
- Producir los lineamientos generales de programación para los medios radioeléctricos de la institución.
- Desarrollar, fortalecer e implementar el programa de la marca e imagen de la institución.
- Editar los diferentes órganos divulgativos de la universidad, tanto de la prensa escrita como de radio e Internet.
- Organizar las ruedas de prensa y entrevistas con autoridades públicas y cuerpo directivo, así como personalidades de la vida institucional

Origen e historia de los medios impresos

Sobre el origen de la imprenta es un referente principal Gutenberg, pero existen

otros autores; por lo tanto, no se le puede atribuir la invención de la imprenta, ya que a comienzos del siglo XV se imprimían naipes y estampas con motivos religiosos, mediante la aplicación de una plancha de madera grabada y embadurnada con tinta grasa, sobre el papel o el pergamino. Este procedimiento de impresión, la xilografía, era originario de China o Corea, y entró en Europa a través de Italia.

Pernia (2014, p.1) escribe:

La revolución de la imprenta comenzó con Johann Gutenberg en el siglo XV y fue la base para expandir la difusión de noticias, introduciendo formas que permitieran una circulación masiva de los medios impresos. La presentación física de la mayoría de las publicaciones y material impreso en el siglo XX ha sido muy similar al de los siglos XVIII y XIX, en una hoja grande de papel, y a menudo doblada para facilitar el almacenamiento y transporte.

La prensa cumple un rol fundamental en la vida de una sociedad determinada, en este caso es el elemento importante de la historia del Ecuador. En este medio de comunicación impreso durante décadas se han plasmado hechos trascendentales, conflictos, guerras, vida política, etc. De alguna manera han sido los testigos y actores de la historia del país. Centrándonos en la historia de los medios impresos en Ecuador comienza con una visión de la comunicación en las épocas aborígen y colonial. A continuación, se explica el aporte de un investigador de la historia de la prensa en el Ecuador.

Luego de la prolongada crisis que sobrevino a la Real Audiencia de Quito, la segunda mitad del siglo XVIII fue de agitación social, intelectual y cultural (...) En ese clima social y político surgió *Primicias* de la cultura de Quito, el primer periódico de nuestra historia, publicado el 5 de enero de 1792 por Eugenio de Santa Cruz y Espejo, promotor de la Sociedad Patriótica de Amigos del País, que había resuelto publicar ese órgano de prensa. De este modo, Quito se unió, un poco tarde, al reducido grupo de capitales americanas que tuvieron periódico en tiempos coloniales. Lo hizo cuando ya en Europa, especialmente en Inglaterra, la prensa periódica estaba ya firmemente asentada. (Ayala, 2012, p.5)

Parfraseando al autor antes citado se puede manifestar que “*Primicias*” se imprimió en Quito, tenía un formato pequeño un promedio de dieciséis páginas. Anunció que aparecería cada quince días. El periódico, obviamente, no estaba destinado a divulgar

noticias, que podían conocerse de un día para otro, sino a publicar textos de opinión, destinados a fomentar los intereses locales y a promover tesis. Contenía ensayos sobre cuestiones filosóficas, políticas, literarias y de promoción económica; discursos, cartas e inclusive unos pocos anuncios. Apenas llegó al número 7, pero abrió una nueva etapa de la comunicación y la cultura.

Fue en la coyuntura de la Independencia que surgió el segundo periódico del país y el primero de Guayaquil. El Patriota de Guayaquil, cuyo primer número, junto con su Prospecto, circuló el 21 de abril de 1821. Aparecía cada semana y publicaba eventualmente números extraordinarios. Tenía un formato común para entonces con cuatro páginas impresas a dos columnas. Era más bien pequeño y por ello no publicaba ensayos largos, sino artículos y notas de menor extensión, destinados a informar de las actividades y documentos oficiales, debatir temas de actualidad, dar noticias de otros lugares y del exterior o detalles e informaciones locales que ya se conocían por otros medios.

La prensa ha tenido que adaptarse a estas nuevas realidades en medio de las subidas de costos de producción y rebaja de los tirajes. Se han establecido ediciones digitales en los periódicos y se ha usado Internet para promoción y marketing. Han reaparecido periódicos de distribución masiva y gratuita, como el Metro. Se ha expandido la práctica de editar variados tipos de suplementos especializados. Se han desarrollado nuevas formas de complementariedad con otros medios de comunicación como la radio y la televisión, inclusive con la participación en redes sociales, Facebook y twitter, que de alguna manera son medios alternativos con creciente impacto, sobre todo en los sectores medios y altos. *Íbid.*

Básicamente la historia de los medios impresos se remonta al siglo XVIII, en medio de la situación antes, la prensa tuvo un gran desarrollo, se convirtió en el principal instrumento de la polémica política y la promoción electoral de ese entonces. En sus páginas se informaba sobre la labor de los poderes del estado, se los defendía o criticaba, se lanzaban candidaturas, se presentaba denuncias y acusaciones, se promovía obras

públicas, servicios e iniciativas fiscales. Así mismo se imprimía artículos dedicados al debate filosófico o literario.

Importancia de los medios impresos

A lo largo de la historia del hombre, los medios impresos han jugado un papel importante en su vida, para hablar de la importancia de los medios impresos primero debemos conocer su historia, la misma que se explica en el apartado anterior.

Los medios impresos hacen un impacto duradero en el mercado, pues ellos muestran la mayor diversidad en términos de contenidos y propiedad. Esto abarca desde un diario, revistas semanales, folletos, libros, trípticos, hasta publicaciones especializadas de investigación.

Respecto a esto, Rivera (2016, p.3) acota lo siguiente:

Cada diario tiene sus propias características tanto de tendencias como de editorial: algunos tienen posturas claras y definidas, otros son de interés financiero y económico; algunos más son neutrales; también los hay de crítica e izquierda; algunos son conservadores y otros tienen tintes amarillistas o escandalosos, pero todos tienen un segmento de población bien definido.

Por otro lado, los medios impresos como fiscalizadores del régimen, es más efectivo que las emisiones radiales; los periódicos tienen su propia agenda política, y obviamente no siempre en democrática. Sin embargo, la elección la agenda política afectará la selección de noticias que deben ser cubiertas. En fin, los argumentos de distintos diarios reflejan diferentes opiniones esto asegura que el público este bien informado, un libre intercambio de ideas, comprar la información y sacar sus propias conclusiones.

El alto auge del internet puso en riesgo la existencia de los medios impresos, más no lo desapareció, al contrario, lo hizo más fuerte. La mayoría de las personas tienen la fácil accesibilidad a los medios digitales; sin embargo, no todos pueden o quieren hacerlo.

Tipos de Medios Impresos

Periódico

Periódico es toda publicación que aparece con cierta periodicidad. Con este parámetro, podemos designar como tal a los diarios, semanarios; las revistas mensuales, bimestrales, etc. Existen algunos específicos para cada estado de la república, hay periódicos municipales y periódicos nacionales, estos últimos abarcan temas de interés general para los habitantes de un país y su alcance, obviamente es mucho mayor.

Silva (2009, p.8) plantea un concepto de periódico y dice que:

Los periódicos pueden ser diarios, semanarios, publicaciones quincenales, mensuales, etc. Su formato puede ser tradicional o tabloide, y llegar a un porcentaje considerable del público lector. Debido al amplio alcance demográfico de la mayoría de los periódicos, es difícil orientarse a un público específico. No obstante, los periódicos son eficaces para incrementar la Relaciones con medios de comunicación David Silva conciencia respecto a la organización y sus actividades, dentro de un área geográfica específica.

Cada periódico tiene sus propias características tanto de tendencias como de editorial: algunos tienen posturas políticas claras y definidas: otros son de interés financiero y económico; otros más son neutrales; otros son de crítica e izquierda; algunos son conservadores y otros tienen tintes amarillistas o escandalosos, pero todos tienen un segmento de población bien definido.

Hay periódicos con ediciones matutina o vespertina, o con ambas; los primeros son los más generalizados. No obstante, este tipo de medio ayuda y sirve de mucho para productos que ofrecen remedios rápidos. Los periódicos nacionales son los más socorridos por los publicistas, y su uso correcto responde al mensaje que se desea comunicar. Hoy en día los periódicos son un recurso común para promociones, eventos especiales, lanzamientos, etc.

Boletín informativo

Se les conoce mayormente como Boletín Informativo debido a que cumplen con una finalidad de hacer llegar cierto tipo de información a un público en particular, un

boletín informativo es una publicación que generalmente viene dada en forma de folleto, las personas que tienen acceso a ellos es porque se encuentran suscritos en algún programa que brinda este tipo de publicidad en donde se promocionan las distintas cosas que ofrecen, los cuales pueden ser artículos o servicios que sean de su interés.

Son útiles para mantener informados simultáneamente a los públicos externos e internos de la organización. Constituyen una herramienta de relaciones públicas sumamente útil para comunicar la cultura corporativa e involucrar a las partes interesadas en la misión de su organización. Un boletín informativo no es la herramienta ideal para comunicarse con los medios. No obstante, usted puede usar artículos de su boletín como fuente de posibles nuevas historias que pueden reescribirse y distribuirse como boletines de prensa. También puede enviar una copia de su boletín informativo a un periodista que haya solicitado información de referencia acerca de su organización. *Íbid.*

En ese sentido, los boletines son muy comunes en lugares como clubes, organizaciones sociales y organizaciones de negocios como compañías o empresas donde la información que desean divulgar no va dirigida únicamente a sus miembros o empleados, sino también a los clientes potenciales que desean atraer por medio de ellos.

Folleto

Un folleto es un texto impreso en pequeñas hojas de diferentes formas que sirve como una herramienta publicitaria. Generalmente los folletos son entregados en mano en la vía pública con información de interés, aunque también son utilizados con la misma finalidad siendo dejados en mostradores u otros muebles en lugares como agencias turísticas y allí cada uno toma el folleto que le interesa.

Decidir qué tipo de folletos realizar es una determinación importante, dado que condiciona el diseño -en tanto cada tipo tiene reglas específicas de creación-, los costos, los tiempos de desarrollo e impresión de los folletos, la forma de distribución y el efecto sobre el público. Por supuesto, lo ideal es contar con una folletería completa, es decir, con volantes, dípticos y trípticos, para poder aprovechar las ventajas y la complementariedad de estas piezas, reforzando al máximo la identidad corporativa. Sea cual sea el tipo de folleto elegido, debe tratarse de una pieza de gran atractivo visual, con capacidad comunicativa y representatividad corporativa. (Islas, 2014, p.1)

Los folletos existen como medio de comunicación desde que se inventó en Europa la imprenta, en el siglo XVI. No eran como los actuales, ya que esos eran folletos porque era la única forma de impresión existente: una carilla con un breve texto.

Revista

La revista es un tipo de publicación, por lo común semanal, que ha de atraerse al lector, por la utilización de elementos técnicos ocupa el primer lugar. La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el periódico para incorporarles aditivos que la complementan.

La revista tiene una característica que la distingue del libro: la exploración creativa del contenido y del diseño, a menos de que se trate de un libro de arte. Si bien existen muchas revistas con diseño convencional, estas publicaciones siempre en función del público al que van dirigidas, ofrecen la opción de experimentar tanto en el acomodo de la información como en formatos, el uso fotográfico y los contenidos, cuando se trata de medios independientes, porque también existen diseños muy aceptado por los lectores y que difícilmente cambian o se actualizan. (Navarro, 2014, p.19)

Las funciones de las publicaciones de las revistas son principalmente la de proporcionar diversión, información e entretenimiento, educación y orientación. En comparación con el diario, trae valores inéditos como la sugestión del público, la imagen, color, etc. Las relaciones entre la literatura y las revistas son más cercanas y estables que las del periodismo diario, que está mucho más concentrado por el curso rápido y en detalles de la actualidad.

Tríptico

La palabra 'tríptico' se usa normalmente para señalar a un tipo de elemento que cuenta con tres secciones claramente divisibles entre sí pero que, de igual manera, mantienen unión con la que se encuentra a su lado. Normalmente, se relaciona la idea de tríptico con diferentes tipos de obras de arte, aunque también se pueden encontrar folletos, piezas mobiliarias y otros elementos con este formato.

Es un elemento gráfico de comunicación que se utiliza para informar sobre campañas de salud pública, invitaciones, conmemoraciones de importancia nacional e internacional; o también para informar a la comunidad sobre tu organización. Constituye un medio para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, organización, evento, etc. Importante, ya que es entregado directamente a las personas. Este producto permite entregar mucha más información sobre el tema o asunto que queremos comunicar. (Tingo, 2015, p.18).

Una de las ventajas de este medio impreso es la facilidad de realización, se puede incluir mucha información de un tema en específico, su versatilidad es que reside en que se le puede dar un uso corporativo, mayoritariamente utilizados en el mundo de la publicidad y mercadeo; además es una muy buena herramienta de comunicación interna como externa.

Periodismo en Ecuador

Ecuador estuvo al tanto sobre los procesos de comunicación. Incluso desde inicios de los pobladores del país, ya existieron distintas formas de comunicación, igualmente en la forma mundial, se inició con la nemónica de signo y señales.

Según Carrión (2015, p.85) afirma que:

Los ideales libertarios marcaron un hito en la libertad de prensa, para poder informar con veracidad, con objetividad, pero también respetar el derecho de las personas, en la actualidad la prensa y el periodismo en general se pueda extender también en la investigación, la producción académica y la reflexión. Desde sus orígenes el periodismo fue de tendencia religiosa y procuró el respeto a la religión católica, desde el primer impreso *Piissima erga Dei Genitricem devotio ad impetrandam gratiam pro articulo Mortis*, después periodicos como *El Eco del Azuay*, *Semanario Eclesiástico*, *La Escoba*, etc. Los ideales libertarios, buscaron combatir con la censura previa, respetar la dignidad de los ciudadanos, luchar por un país y gobierno democrático y abrir nuevos horizontes hacia la libertad de expresión.

Principalmente en Ecuador, se iniciaron diferentes formas de comunicación orales. Después el uso de percusión como el tambor, para entablar diálogos a distancias largas. En Ecuador cada 5 de enero se conmemora el día del periodista ecuatoriano, en honor a la aparición del primer periódico del país llamado "Primicias de la cultura de Quito", publicado por uno de los próceres más destacados de nuestra nación, Eugenio de Santa Cruz y Espejo, El Congreso Nacional con fecha 29 de mayo de 1992, dictó el acuerdo que estableció la fecha del Día del Periodista Ecuatoriano.

De esta forma nació el periodismo en Ecuador, el mismo que ha ido avanzando según las nuevas tecnologías desarrolladas en las últimas décadas. Pero cabe destacar que el periodismo ha sobrevivido por la fuerza de los amantes a la información que se han

valido del pensamiento crítico que coincide en una sola causa que es presentar las realidades del mundo contemporáneo.

Entre los periódicos locales de la ciudad de Loja he escogido los siguientes diarios como objeto de estudio: Diario La Hora y Diario Crónica.

A continuación, se detalla brevemente la historia de cada uno de los diarios y su relación con el contenido cultural que es el tema central de la investigación.

Diario Crónica

Según información de la página web de Diario la Hora se describe un recuento de la historia de este medio de comunicación impresa.

Diario Crónica circuló por primera vez el 1 de noviembre de 1979. Sus fundadores, un grupo de intelectuales lojanos: Antonio Jaramillo (Director), Alfredo Jaramillo (Presidente) e Ismael Betancourt (Gerente), todos ellos educadores en el Colegio Bernardo Valdivieso y en la Universidad Nacional de Loja. La edición número uno la conforman 8 páginas en blanco y negro, su precio en ese entonces era un sucre.

Los fundadores desde un inicio presentaron como primera causa el servicio a la ciudadanía: para la defensa de los intereses de la comunidad lojana, la sociedad y la cultura. Estos propósitos constituyen el fundamental objetivo de los intelectuales de la vanguardia de Loja y los llevan a la cima de sus preclaros ideales.

El nombre original de este periódico, Crónica de la Tarde, en los ya largos años de su vida periodística, la experiencia ha conducido a uno nuevo: “Crónica, el Diario de Loja”. Desde el año 2008, la tecnología ha permitido que su contenido esté al alcance de más lectores, dentro y fuera del país, gracias a su sitio web www.cronica.com.ec y redes sociales [facebook/diariocronica](https://www.facebook.com/diariocronica) y [twitter/cronicaloja](https://twitter.com/cronicaloja), además de su versión digital issuu.com/cronicaloja.

El periódico pasó a ser matutino, tras 35 años de circulación vespertino. Presentado la portada de la edición Nro. 8857, impresa el 2 de enero de 2014.

Diario La Hora-Loja

Según información de la Tesis titulada La Historia de los medios de comunicación del Ecuador de Pinta (2014) dice lo siguiente al respecto:

Diario La Hora inició sus publicaciones en Quito el 23 de agosto de 1982. Fundado por Galo Martínez Merchán, nació de la empresa periodística Gráficos Nacionales S.A., editora de los periódicos Expreso y Extra de la ciudad de Guayaquil.

El Diario comienza su labor surgiendo frente a los viejos cánones, métodos y concepciones preestablecidos, dirigidos a conducir la opinión dentro de las estrechas perspectivas de una visión constreñida y limitada, encaminada casi siempre a eludir y no dar cabida a los procesos transformadores que reclama el país.

Es así como irrumpió contra sistemas que en el campo de la información habían limitado su periodicidad a un estereotipo por demás recurrente y reiterativo. Por ende, y para dar impulso a sus propósitos dentro de estos nuevos parámetros, adoptó el lema "La Hora de la Información Libre".

Cuando por razones empresariales, Galo Martínez Merchán cedió sus acciones a un grupo de inversionistas integrado por José Tobar y Tobar, Álvaro Pérez Intriago, Julio Ponce Arteta, Jorge Endara y Francisco Vivanco Riofrío, Editorial Minotauro, empresa editora de La Hora, inicia una transformación total que la ha llevado a un sitio preferente en el concierto periodístico nacional.

El 1 de agosto de 1992 se lanza el primer ejemplar de La Hora de Esmeraldas. Cinco meses después, el 7 de enero de 1993 se publica La Hora de Tungurahua. Un año más tarde, el 27 de enero de 1994, en Santo Domingo de los Tsáchilas, y también circula por primera vez un año después, el 9 de agosto de 1995 circula La Hora de Imbabura y

Carchi ven sus propias ediciones simultáneamente. Después de 2 años y medio, es decir, el 12 de febrero de 1998 circula La Hora de Los Ríos. Mientras dos años después, el 9 de agosto del 2000 circula La Hora de Zamora Chinchipe. Siete años después, el 18 de octubre del 2007 circula por primera vez La Hora de Cotopaxi. Actualmente tienen sus publicaciones, con ediciones locales, y con información generada y recabada en sus regiones, sistema que le ha permitido al diario La Hora contar con aceptación de sus lectores. Tiene una circulación conjunta superior a los 100.000 ejemplares diariamente, y es el único medio impreso con tres plantas impresoras en tres diferentes regiones del país

Diario La Hora Loja circula por primera vez el 1 de agosto de 1997. Diario matutino fundado por Eduardo Vivanco, Ramiro Palacios, Francisco Vivanco. Se producen 14.950 ejemplares para cubrir el área de Loja y su provincia. Desde 1981 diario

La Hora circula a nivel nacional, con algunas regionales y con información de cada provincia. Con estas características el grupo empresarial empezó a realizar un estudio de mercado que los llevaría a fundar un diario nuevo y diferente en Loja, cubriendo el 80% de territorio ecuatoriano, a decir de Eduardo Vivanco, Gerente del diario “La Hora”.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

- ✓ Computadora
- ✓ Memoria USB
- ✓ Resmas de papel bond
- ✓ Internet
- ✓ Esferográficos
- ✓ Carpetas

También fue necesario para el desarrollo normal de la presente tesis, aplicar algunos métodos y técnicas.

MÉTODOS

MÉTODO ANALÍTICO: Se lo utilizó para descomponer en partes el aspecto cultural a investigarse, permitiendo describirlo, enumerarlo y explicar las causas de este, además sirvió para el análisis minucioso desde el punto crítico-propositivo.

En cuanto a Diario La Hora el análisis es la observación e interpretación de las notas publicadas en la sección cultural durante el periodo de investigación.

La sección cultural de este diario es de una página, más de la mitad de la página la ocupan fotografías a blanco y negro; los títulos de la nota son llamativos con letra grande y una palabra clave de color azul. El tipo de lenguaje que utiliza es coloquial fácil de entender sin ningún inconveniente, así mismo utiliza un léxico de acuerdo al tema abordado.

Ahora, con respecto a Diario Crónica, dentro de las publicaciones que se hizo el estudio se observó que el periódico cuenta con una sección cultural de una página, con fotografías a color, titulares con letra grande, utiliza un lenguaje coloquial fácil de entender y finalmente el diseño del texto en 5 columnas; sin embargo, también se encontró notas sobre cultura en la sección varios.

MÉTODO SINTÉTICO: Sirvió para encontrar similitudes y diferencias; además para sintetizar la información recopilada en la investigación, referente al quehacer natural de los medios, tanto de Diario La Hora y Diario crónica; de la misma manera, facilitó hacer un análisis comparativo entre ellos y resumir una adecuada conclusión de los problemas que se encontraron.

MÉTODO ESTADÍSTICO: Sirvió para el análisis cuantitativo de los valores adquiridos, que se utilizó, para su respectiva interpretación de resultados obtenidos.

Valores obtenidos.

Indicadores	Diario La Hora	Diario Crónica
Notas publicadas	14	9
Páginas de la sección	2	1
Número estimado de fotografías por nota	2	2
Número de paginación	B8	10
Número de columnas	5	5

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

En el presente trabajo se utilizó técnicas e instrumentos que ayudaron a recolectar información sobre el análisis de los contenidos de la sección cultural de Diario la Hora y Diario Crónica durante el proceso de la investigación enero – marzo 2016, las mismas que se aplicaron durante el desarrollo del trabajo de investigación.

LA ENCUESTA

Esta técnica sirvió para conocer, sobre el contenido de la información que se difunde en las noticias culturales; además conocer sobre la importancia que le dan los

medios impresos, tanto Diario la Hora como Diario Crónica a las actividades culturales que se realizan en el cantón Loja. La encuesta se dirigió a 382 personas de la ciudad de Loja de edad entre 25 a 74 años.

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO: Sirvió para el análisis del contenido de la información de la sección cultural de los periódicos objetos de investigación, Diario la Hora y Diario Crónica.

Variables		Diario Crónica	Diario LA HORA
Tipo de redacción		Lingüístico	Periodístico
Tipo de lenguaje		Lenguaje coloquial y ameno	Lenguaje coloquial y ameno
Tipo de código en el texto		Código Lingüístico	Código Icónico
Tipo de formato	Numero de columnas	5	3
	Color	B/N y a color	Azul, negro y blanco
Análisis de fotografía	Tamaño	Grande	Grande y mediana
	Número	1	2
	Color	Color	B/N
Análisis	Título	Apelativo, bímembre, amplio	Referencial, bímembre, reducido
	Subtítulo	Referencial, amplio	Referencial, reducido
Análisis de la entrada		Presentan los personajes principales de la noticia	Cuenta la historia y origen del instrumento
Análisis del desarrollo		Complementario	Armónico
Tipo de conclusión o cierre		De caso	De cierre

Elaboración: El autor

POBLACIÓN Y UNIVERSO

Al cantón Loja lo conforman 180.617 habitantes, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010 (INEC).

Fórmula para hallar el tamaño de la muestra de un universo finito.

Para determinar el número a encuestar se tomó en cuenta la edad entre 25 a 74 años, considerando la población de 84.071, según datos del INEC 2010. En las entrevistas, se manejó un 95% de nivel de confianza, con un margen de error del 5% y una desviación estándar de 1.96, para su respectivo cálculo.

Cuando una población es inferior a 100.000 unidades, hay que utilizar la fórmula para universos finitos.

Fórmula:

$$n = \frac{\delta^2 \times p \times q \times N}{E^2(N - 1) + \delta^2 \times p \times q}$$

Datos:

$$\delta = 1.96$$

$$P = 50$$

$$q = 50$$

$$N = 84.071$$

$$E = 5$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 50 \times 50 \times 84.071}{5^2(84.071 - 1) + 1.96^2 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{807'417.884}{2'101.750 + 9.604\delta}$$

$$n = 382$$

Resultado de personas a encuestar es de 382.

f. RESULTADOS

Los resultados de la investigación de campo son el producto de la aplicación de diferentes técnicas e instrumentos como encuestas y ficha de análisis de contenido; dentro de ellas se analiza las publicaciones culturales, noticias por publicaciones diarias, tratamiento de los contenidos, naturaleza de las fuentes y protagonistas, clasificación de la noticia, el análisis cualitativo y cuantitativo de noticias, tomado del período del mes de enero a marzo del 2016.

Resultado de las encuestas

En el trabajo de la investigación se aplicó las encuestas, que sirvieron como herramienta fundamental de la investigación, la cual fue aplicada a los ciudadanos de la zona urbana en Loja, en un número total de 382 personas. A continuación, se muestra la tabulación e interpretación de los resultados.

1.- ¿Usted compra periódico en que forma?

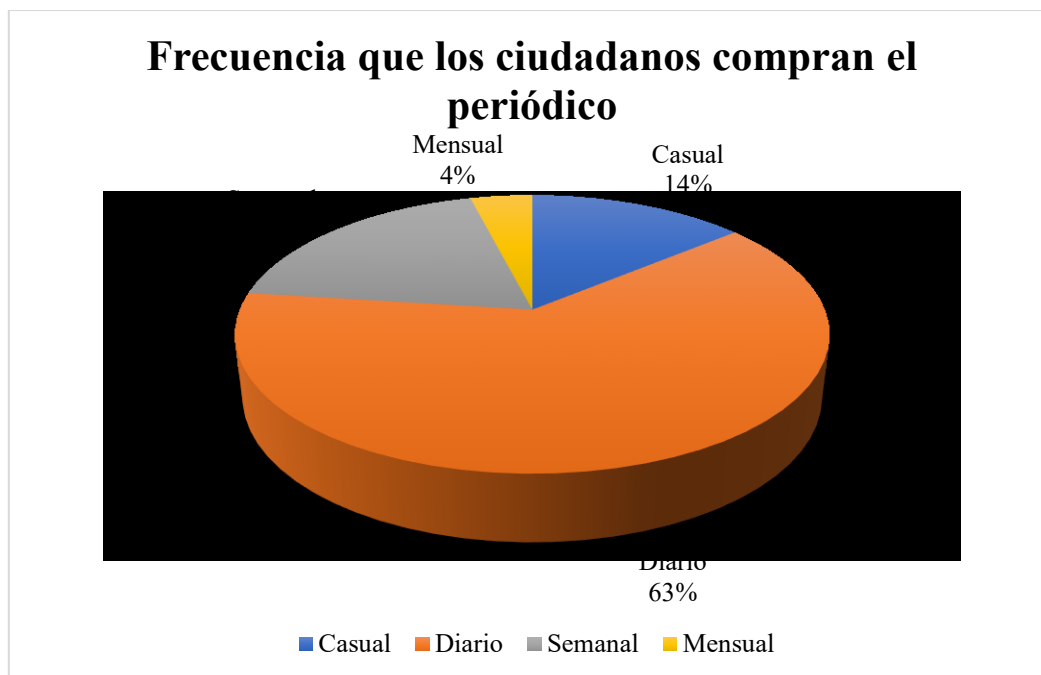
Cuadro Nro. 1 Frecuencia que los ciudadanos compran el periódico

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Casual	54	14%
Diario	240	63%
Semanal	74	19%
Mensual	14	4%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico Nro. 1



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

En el gráfico se puede observar que el 14% de las personas, obtiene el periódico de forma casual, la mayoría de los encuestados en la zona céntrica de la ciudad de Loja con un 63% adquieren el periódico de manera diaria; es decir, existe un gran impacto en la lectura de los acontecimientos noticiosos que se producen en la ciudad; un 19% en cambio lo adquiere de manera semanal y apenas el 4% de las personas adquiere el periódico de forma mensual ya sea por divulgaciones de negocios o marketing.

2.- ¿Qué periódicos compra en la ciudad de Loja?

Cuadro Nro. 2 Tipo de periódico que adquieren los ciudadanos

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Diario Crónica	21	5%
Diario La Hora	194	51%
Otro	167	44%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos

Elaboración: El Autor

Gráfico Nro. 2



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

En la ciudad de Loja, circulan varios periódicos tanto de distribución local; Ecotel Express, Mi Región, Diario Crónica y Negocity; de distribución nacional como Diario la Hora, El Comercio y El Universo. En este ítem de la encuesta un 5% manifiesta que compra el periódico Diario Crónica, el cual realiza una cobertura a escala regional; mientras el 51% compra Diario La Hora, esto ocurre porque dicho medio cuenta con incidencia en su cobertura a escala nacional. Sin embargo, el 44%, optan por comprar otros periódicos

3.- ¿A qué sección se enfoca principalmente a leer?

Cuadro Nro. 3 Sección que prefiere el lector

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Deporte	118	31%
Política	114	30%
Cultura	21	5%
Noticias en general	129	34%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico Nro. 3



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

El lector elige la sección del periódico que más le agrada de acuerdo a la temática, en este caso el 31% de las personas, se enfocan en las noticias deportivas, en un 30% opta por leer la sección de la política; mientras el 5% se enfoca en las noticias culturales. Sin embargo, el 34% de las personas prefiere leer todas las secciones, siempre y cuando

demuestren interés. Existe un enfoque parcializado en los temas del deporte, política y noticias en general, por la exposición variada de los temas, tanto a nivel local, regional y nacional, con hechos noticiosos y de vital importancia.

Por otro lado, existe un escaso número de lectores, que le da la misma importancia a las demás secciones. Tal es el caso objeto de esta investigación que es la sección de las noticias culturales, esto se debe a que no existe la importancia o conciencia del valor cultural que la noticia trasmite o la información no es relevante.

4.- ¿Usted piensa que Loja sigue siendo la capital cultural del país, demostrada a través de los periódicos?

Cuadro Nro. Opinión con respecto a: Loja la capital cultural del Ecuador por medio del periódico.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	168	44%
No	214	56%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico Nro. 4



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

El 46% de las personas encuestadas considera que los contenidos culturales emitidos por Diario la Hora y Diario Crónica sí aportan a la colectividad cultural. Mientras tanto, el 54% piensa que no tiene relevancia en aspectos culturales generales, ya que son noticias nada más. Existe similar proporción, entre las personas que consideran que los periódicos, no aportan contenido de importancia en aspectos culturales. Siendo similar a las personas que afirman que los periódicos, sí aportan contenidos culturales y

se demuestra el interés de los medios de comunicación que tienen por la cultura de la ciudad de Loja.

5.- ¿Cree que la sección de cultura en el periódico es la adecuada?

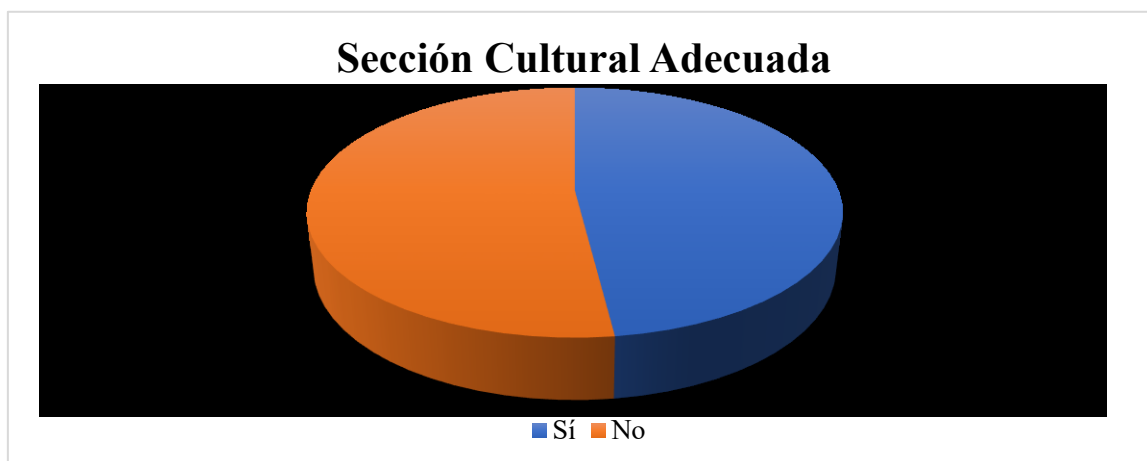
Cuadro Nro. 5 Opinión sobre la sección cultural

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	185	48%
No	197	52%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico Nro. 5



Fuente: Encuesta aplicada a los ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

El 48% de las personas encuestadas, afirma que las noticias culturales, son conforme a su interés y lo que el lector necesita para informarse; mientras que el 52% considera que no es adecuada la información cultural. Más de la mitad de las personas encuestadas manifiesta que la presentación de las noticias culturales es adecuada. Pero la diferencia considera que no es la adecuada, debido a que el medio de comunicación impresa no le brinda la importancia que se merece; además que el contenido es muy escaso.

6.- ¿Cómo piensa que ayudaría en aportar contenido a la sección cultural de los periódicos de la ciudad de Loja?

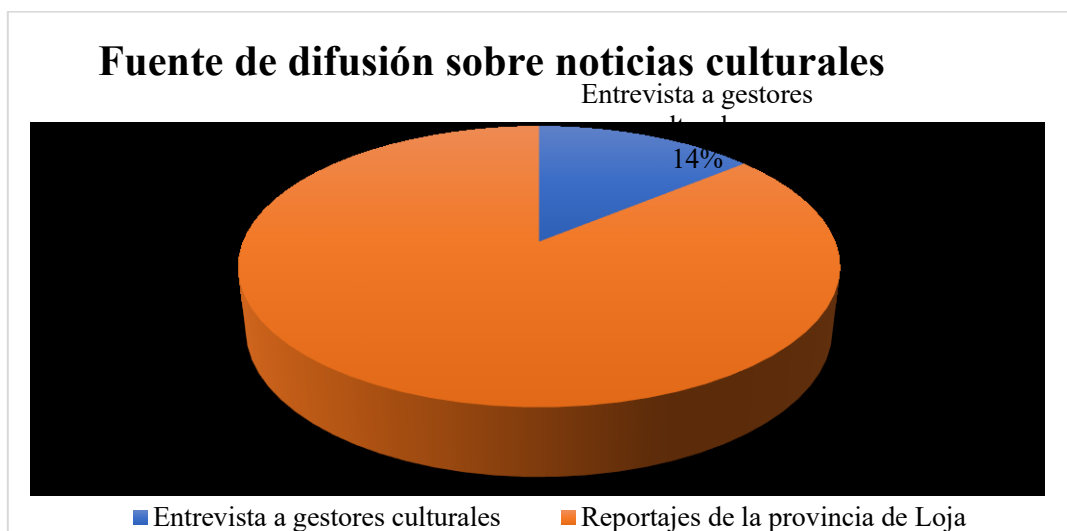
Cuadro Nro. 6 Aporte de contenido cultural a los periódicos de Loja

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Entrevista a gestores culturales	54	14%
Reportajes de la provincia de Loja	328	86%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico Nro. 6



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

El 14% de las personas encuestadas afirma que es necesario obtener entrevistas con gestores representantes de la cultura, ya que ellos están al tanto de todas las actividades culturales que se realiza durante toda la semana en la ciudad de Loja, mientras tanto el 86% opina que se debe realizar reportajes de actividades culturales que se

ejecutan en la provincia de Loja. Así, la mayoría de los ciudadanos afirma que es necesario mantener vínculos directos con los gestores culturales de Loja para que el medio genere contenido cultural, debido que en Loja existe un alto potencial de las artes, música, danza, pintura y literatura. En cambio, un escaso porcentaje deduce que se debe abarcar la búsqueda de información cultural en los distintos cantones, porque consideran un nicho de mercado y de esta manera dinamizar las noticias culturales con reportajes que ayuden a fortalecer el contexto noticioso.

7.- ¿Por qué cree que no dan ampliación sobre el contenido cultural?

Cuadro Nro. 7 Criterio sobre la ampliación del contenido en la sección cultural

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Económico	286	75%
Poca importancia	96	25%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico Nro.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del Cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

El 75% de las personas encuestadas afirma que las noticias culturales tienen un gran impacto económico negativo con respecto a los ingresos y el 25% de las considera que existe poca importancia a la difusión de contenido cultural por parte de los periódicos Diario la Hora y Diario Crónica, respectivamente. La mayoría de las personas imaginan que los periódicos tienen déficit económico, lo cual representa los bajos ingresos a las empresas. En cambio, la cuarta parte de las personas encuestadas dicen que existe poca importancia, esto debido al desinterés cultural por parte del medio reflejado en la falta de contenido en las portadas de los periódicos.

Análisis de publicaciones culturales

En el trabajo de campo se realizó el análisis de noticias de los periódicos: Diario La Hora y Diario Crónica, correspondientes a la ciudad de Loja.

DIARIO LA HORA

La investigación se realizó en las siguientes ediciones:

- Lunes 04 de enero del 2016
- Martes 19 de enero del 2016
- Miércoles 03 de febrero del 2016
- Jueves 18 de febrero del 2016
- Viernes 04 de marzo del 2016

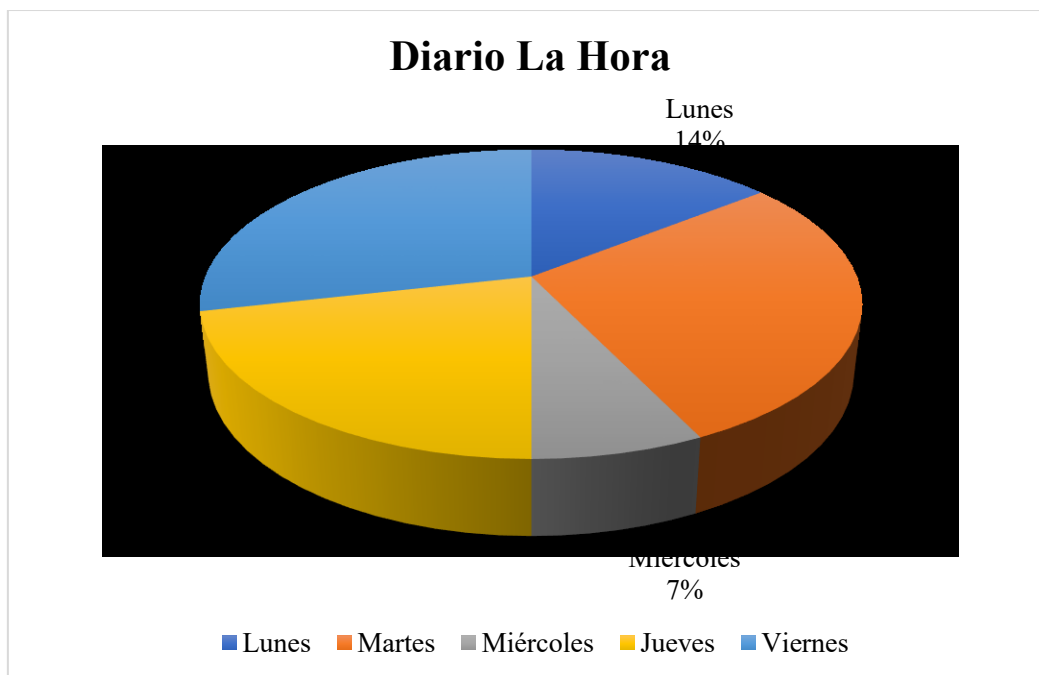
De la misma forma, la sección cultural del periódico fue analizada minuciosamente, para enfocar la investigación de la manera pertinente y objetiva.

Los resultados se muestran a continuación en las siguientes gráficas y cuadros:

Cuadro Nro. 8 Noticias por publicación diaria

Fecha de publicaciones	Tema de la Noticia	Noticias
Lunes 04 de enero del 2016	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La Unape lleva su voz solidaria a los internos ➤ El bombo andino aún sigue vigente 	2
Martes 19 de enero del 2016	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El obispo presenta sus "crónicas" de un pescador apasionado ➤ San Sebastián sale de casa ➤ La Unape cada vez gana más espacios en Loja ➤ Jóvenes Tsáchilas apuestan a ser guías turísticos 	4
Miércoles 03 de febrero del 2016	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El barro tiene un poder curativo ancestral 	1
Jueves 18 de febrero del 2016	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La OSL ofrece una "Bella noche de amor" ➤ Empiezan los ensayos para procesión de El Valle ➤ Chutún, ritual importante para la comunidad Awá 	3
Viernes 04 de marzo del 2016	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Conservatorio ofrece su concierto de temporada ➤ Acto cultural en honor a la mujer ➤ Erraéz: 25 años los escenarios ➤ Los afrodescendientes tienen sus propios santos 	4
Total		14
<p>Análisis e interpretación: De las 14 noticias culturales publicadas durante el periodo de estudio cuatro corresponden a la cobertura de eventos realizados dentro de la provincia de Loja el resto es información de eventos nacionales.</p>		

Gráfico Nro. 8



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

Para realizar esta interpretación se procedió a revisar las publicaciones de Diario La Hora, las notas de contenido cultural correspondientes al lunes 04 de enero de 2016 tienen un total del 14%; el martes 19 de enero de 2016 un 29%; el miércoles 03 de febrero tiene un total del 87%; el jueves 18 de febrero tiene un total de 21% y finalmente el viernes 04 de marzo un 29%, esto respecto al total de las publicaciones culturales. Las publicaciones de las notas periodísticas del Diario La Hora, corresponden a publicaciones de carácter local y nacional su información es variada e intercultural, así mismo, cabe recalcar que el Diario publica información apta para diferentes públicos.

Naturaleza de las fuentes y protagonistas

Es necesario que la información que se transmite a través de Diario La Hora mantenga credibilidad por ello se ha creído conveniente investigar acerca de la naturaleza de las fuentes y sus protagonistas, a continuación, se exponen los resultados provenientes de las encuestas

Gráfico Nro. 9 Fuentes que utiliza Diario La Hora



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

El 79% de las noticias culturales, cuenta con diversidad de fuentes para verificar su información y el 21% de las noticias, no utiliza ninguna fuente para verificar la información. Sin embargo, Diario La Hora, cuenta con un amplio respaldo de diversas fuentes, en lo que concierne al ámbito cultural, pues según un alto porcentaje de los encuestados lo consideran el ítem de distintas fuentes. La información que muestra Diario La Hora es fundamentada con los protagonistas del hecho informativo, lo que muestra un

amplio interés en el desarrollo y cuidado de la noticia, al momento de informar a la ciudadanía lojana en torno al ámbito cultural.

Clasificación de la noticia

Para demostrar el tratamiento de la información de Diario La Hora, se ha tomado dos aspectos básicos, naturaleza de la fuente objetiva o naturaleza de la fuente subjetiva.

Gráfico Nro. 10 Naturaleza de la fuente



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

El 64% de las noticias culturales cuenta con varios actores y el hecho noticioso se desarrolla a la par de sus protagonistas y el 36% de las noticias, cuentan con argumentos del periodista, lo cual confabula con el hecho noticioso. El resultado de la investigación del Diario La Hora en cuanto a la información cultural corresponde a que la información corresponde a una conjugación entre los protagonistas de la noticia y el periodista, el cual desarrolla el contexto noticioso de manera ética y profesional, la misma que es

fundamentada con los protagonistas del hecho informativo, lo que muestra un amplio interés en el desarrollo y cuidado de la noticia al momento de informar a la ciudadanía lojana con respecto a los temas culturales.

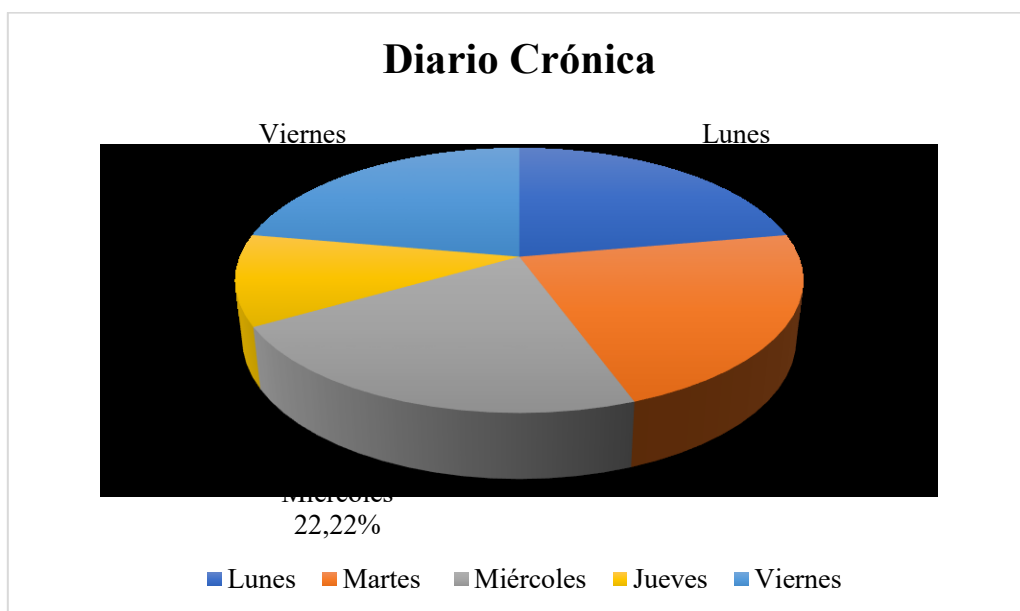
DIARIO CRÓNICA

La investigación se realizó en las siguientes ediciones:

- Lunes 04 de enero del 2016
- Martes 19 de enero del 2016
- Miércoles 03 de febrero del 2016
- Jueves 18 de febrero del 2016
- Viernes 04 de marzo del 2016

De igual manera, la sección cultural del periódico fue analizada minuciosamente, para enfocar la investigación de una manera pertinente y objetiva. Los resultados se muestran a continuación en las siguientes gráficas y cuadros.

Gráfico Nro. 12 Publicaciones de Diario Crónica



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Cuadro Nro. 12 Noticias por publicación diaria.

Fecha de publicaciones	Tema de la Noticia	Noticias
Lunes 04 de enero del 2016	<ul style="list-style-type: none">➤ Indígenas crean y brillan en Sudamérica➤ El parto vertical, una práctica ancestral que se refuerza	2
Martes 19 de enero del 2016	<ul style="list-style-type: none">➤ Una sala recoge la cosmovisión ancestral de los pueblos aborígenes➤ Alma Lojana ganó el festival de bandas populares	2
Miércoles 03 de febrero del 2016	<ul style="list-style-type: none">➤ Sabor patrimonial recogido en texto➤ En París fueron reconocidos dos platos del Yasuní	2
Jueves 18 de febrero del 2016	<ul style="list-style-type: none">➤ El pinshi de los saraguros es la ofrenda de comida en las fiestas	1
Viernes 04 de marzo del 2016	<ul style="list-style-type: none">➤ Un bosque que conserva la cultura de los cañaris➤ William León se alista para firmar el largometraje "karaju"	2
Total		9

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación

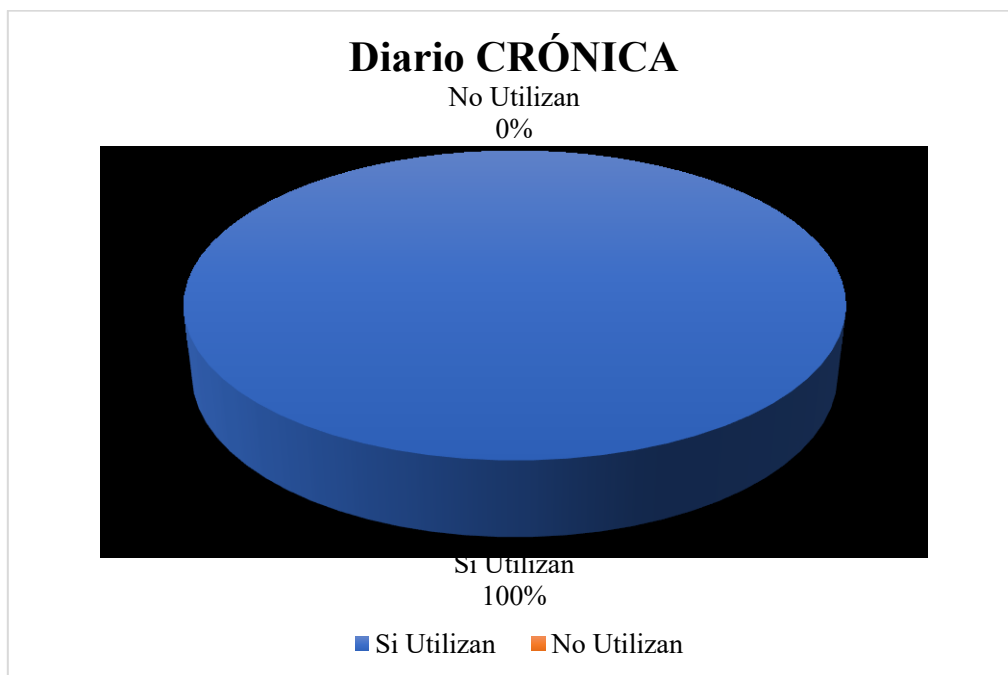
Las publicaciones del Diario Crónica con fecha 04 de enero de 2016, 19 de enero de 2016, 03 de febrero de 2016 y el viernes 04 de marzo cada una con un total del 22%; es decir, tienen igual porcentaje que corresponde al número de publicación de 2 noticias culturales, por otro lado, el día 18 de febrero posee un porcentaje del 12% de la emisión de noticias culturales diarias.

En este aspecto las publicaciones de las notas periodísticas del Diario Crónica corresponden a publicaciones de carácter nacional más no local, siendo un reducido número las publicaciones de información intercultural de la provincia de Loja. Dentro de este contexto cabe recalcar que la información publicada es totalmente sobre cultura de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. En conclusión, una de las nueve noticias publicadas en el periodo de estudio es sobre cultura de la ciudad de Loja.

Naturaleza de las fuentes y protagonistas

Es necesario que la información que se transmite a través del Diario Crónica contenga la credibilidad, a continuación, se muestran los resultados.

Gráfico Nro.13 Fuentes que utiliza



Fuente: Encuesta aplicada a los ciudadanos del cantón Loja

Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

Según el 100% de las personas encuestadas manifiestan que las noticias culturales emitidas en Diario Crónica, cuenta con diversidad de fuentes para verificar su

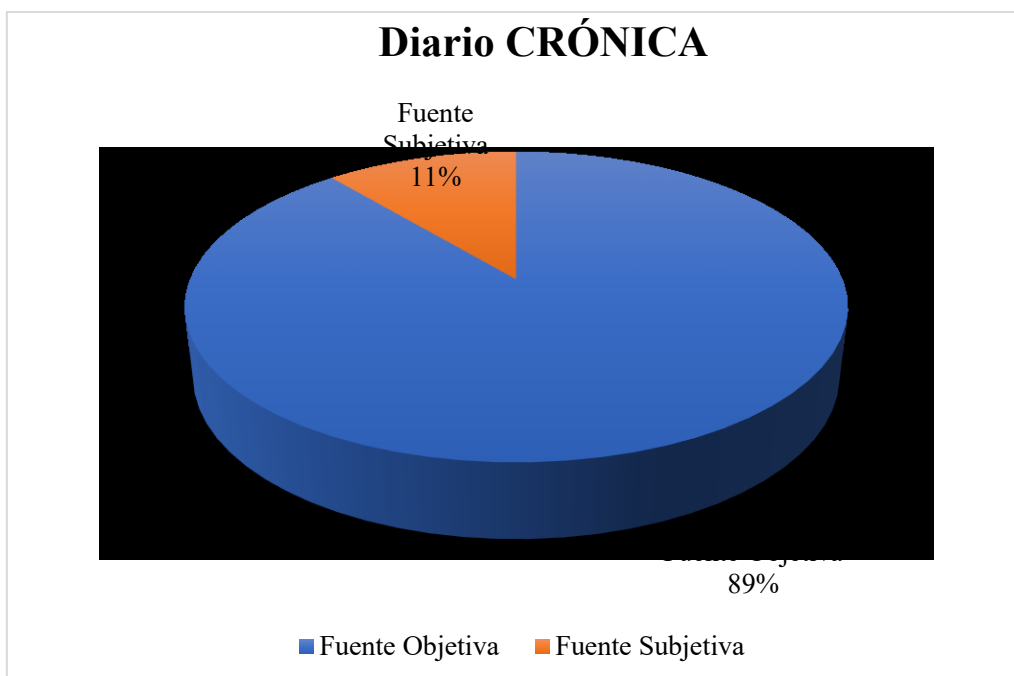
información. Diario Crónica cuenta con un amplio respaldo de terceros periódicos de escala nacional en lo que concierne al ámbito cultural.

La información que muestra el Diario Crónica es fundamentada con los protagonistas del hecho informativo, lo que muestra un amplio interés en el desarrollo y cuidado de la noticia al momento de informar a la ciudadanía lojana, sin embargo, la información que se difunde sobre los hechos noticiosos a nivel local en este Diario es muy escaso.

Clasificación de la noticia

Para demostrar el tratamiento de la información del Diario Crónica se ha tomado en cuenta dos aspectos básicos como: Naturaleza de la fuente objetiva y naturaleza de la fuente subjetiva.

Gráfico Nro. 14 Naturaleza de la fuente



Fuente: Encuesta aplicada a los ciudadanos del cantón Loja
Elaboración: El Autor

Análisis e interpretación

Un 89% de las noticias culturales emitidas por Diario Crónica cuenta con varios actores, el hecho noticioso se desarrolla a la par de sus protagonistas y también el aporte del periodista al momento de narrar los hechos. En cambio, un 11% de las noticias, cuentan con información directa del periodista.

El resultado de la investigación es que la mayoría del contenido de Diario Crónica compagina con los protagonistas y el periodista, el cual desarrolla el contexto noticioso de forma profesional. Con esto se pudo demostrar el amplio interés que el medio tiene con el desarrollo de la noticia.

g. DISCUSIÓN

Verificación de objetivos

Para la realización de la presente tesis se planteó un objetivo general y tres objetivos específicos, los cuales se verificaron con el desarrollo de la investigación.

Objetivo general

- ✓ **Analizar los contenidos de la sección cultural de los medios impresos: Diario Crónica y Diario La Hora, de la ciudad de Loja.**

Este objetivo se lo verifica en los “Análisis de publicaciones culturales”, que constan en los resultados de la investigación, a través de la aplicación de encuestas y una ficha de análisis de contenido se analizó ambos medios periodísticos y de manera minuciosa se estudió cuidadosamente cada elemento a tratar, como: noticias por publicación cultural diaria, fuentes que utiliza, naturaleza de la fuente y tratamiento de los contenidos.

De la misma forma, se pudo evidenciar que las publicaciones culturales diarias de la semana compuesta de investigación, Diario La Hora, tiene un 61% de las noticias culturales, mientras que Diario Crónica el 39% con relación al total de publicaciones de noticias con contenido cultural.

Por otro lado, se analizó la fuente que utilizan ambos medios al momento de la publicación de las noticias, el resultado es que Diario La Hora cuenta con un 79%; debido a que sí maneja fuentes confiables, en cambio Diario Crónica tiene el 100% con respecto a la utilización de fuentes afirmativas ya que el medio menciona a fuentes variadas.

La naturaleza de la fuente del Diario La Hora está compuesta con un 64% de fuente objetiva, mientras Diario Crónica tiene un 89% de fuente objetiva. Por otro lado, el

tratamiento de los contenidos del Diario La Hora es humanista un total de 50%, siendo la misma su mayor porcentaje, mientras que, Diario Crónica tiene un alto porcentaje en ser positiva un total de 45%.

Objetivos específicos

1. Analizar el tratamiento a la información cultural que se difunde a través de los periódicos de estudio.

Este objetivo se verifica en el “Análisis de publicaciones culturales”, por medio de la encuesta dirigida a personas de la ciudad de Loja, de la edad entre 25 a 74 años. En el cuadro Nro. 1 de noticias por publicación cultural diaria correspondiente al Diario La Hora y cuadro Nro. 8 de noticias por publicación cultural diaria correspondiente en este caso a Diario Crónica, se deduce que: el análisis es la observación e interpretación de las notas publicadas en la sección cultural durante el periodo de investigación. La sección cultural de Diario la Hora es de una página, más de la mitad de ella la ocupan fotografías a blanco y negro; los títulos de la nota son llamativos con letra grande y una palabra clave de color azul. El tipo de lenguaje que utiliza es coloquial fácil de entender sin ningún inconveniente, así mismo utiliza un léxico de acuerdo al tema abordado. Ahora, con respecto a Diario Crónica, dentro de las publicaciones que se hizo el estudio se observó que el periódico cuenta con una sección cultural de una página, con fotografías a color, titulares con letra grande, lo cual llama la atención del lector; así mismo, utiliza un lenguaje coloquial fácil de entender

2. Identificar las causas de por qué existe poca cobertura y difusión de los temas culturales de la ciudad de Loja.

La provincia de Loja ha sido considerada desde siempre la capital musical y cultural del Ecuador. Las entidades encargadas de promover la cultura en la ciudad de Loja son: El Ministerio de Cultura y Patrimonio, La Casa de la Cultura Ecuatoriana

Benjamín Carrión núcleo de Loja, El Municipio de Loja, estas instituciones trabajan arduamente

Este objetivo se lo cumplió con la pregunta 7 de la encuesta aplicada a personas del cantón Loja, la interrogante planteada es la siguiente: ¿Por qué cree que no dan ampliación sobre el contenido cultural? El 75% de las personas encuestadas mencionó que es por los ingresos diarios que mantienen los periódicos, creen que esta opción es una de las principales causas para no dar la cobertura necesaria sobre noticias culturales; además, la falta de interés por parte de los medios con respecto a la cobertura y ampliación del contenido cultural. Por lo tanto, se debe trabajar en la reestructuración de la sección cultural de los medios, para que el lector pueda acceder a esta información y conozca de los proyectos culturales ejecutados semanalmente en la ciudad.

3. Descubrir sobre el tratamiento que conceden los periódicos: Diario Centinela y Diario Crónica.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta a este objetivo se lo verificó durante el “Análisis de publicaciones culturales” de Diario la Hora y Diario Crónica que corresponden al Grafico Nro. 11 y Grafico Nro. 15 respectivamente. En ellos se detalla el tratamiento de los periódicos al momento de difundir las noticias culturales, siendo noticias positivas, humanistas y críticas. Dando como resultado que el 42% del contenido son con criterio humanista resaltando la difusión de la cultura de la provincia de Loja. Por otro lado, en la ficha de análisis de contenido se hace un análisis minucioso sobre toda la sección cultural de cada periódico.

h. CONCLUSIONES

- La presentación de la sección cultural de los medios impresos estudiados Diario La Hora y Diario Crónica no es la correcta, debido a la falta de publicación de contenidos culturales de la provincia de Loja, el diseño y el desorden de las secciones.
- La mayoría del contenido cultural que publican los dos medios impresos Diario La Hora y Diario Crónica corresponde a información publicada por medios nacionales.
- Elaborar como propuesta alternativa: La reestructuración de la sección de Diario La Hora, que es uno de los Diarios con mayor índice de circulación en la Provincia de Loja.
- De las personas encuestadas, en su mayoría considera que los medios objetos de investigación le dan poca importancia a la información cultural ya que como lectores prefieren noticias sensacionalistas.
- La falta de cobertura por parte de los dos medios impresos hacia los eventos culturales realizados por los organismos encargados de promover la cultura en la ciudad, provoca que exista deficiencia en el contenido publicado dentro de la sección cultural.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los Directores de los medios impresos Diario La Hora y Diario Crónica realizar un correcto diseño de la presentación de las noticias dentro de la sección cultural y de alguna manera causar impacto visual a los lectores.
- Se sugiere a los Directores de los medios realizar la cobertura de todos los eventos culturales que se realicen en la ciudad de Loja, cuya finalidad es que la sección cultural de ambos medios sea alimentada con información de su producción.
- Se recomienda a los medios Diario La Hora y Diario Crónica incluir estrategias de comunicación dirigidas a los lectores para concienciar sobre la importancia de promover la cultura mediante los medios de comunicación.
- Se recomienda a la Directora de Diario La Hora aplicar en un corto o largo plazo la propuesta alternativa que consiste en la Restructuración de la Sección Cultural del medio.
- Se recomienda a los principales organismos promovedores de la cultura lojana como: La Casa de la Cultura Benjamín Carrión, núcleo de Loja, Ministerio de Cultura y Patrimonio y Municipio de Loja establecer una comunicación interinstitucional para que los medios Diario Crónica y Diario la Hora puedan realizar la cobertura de los eventos que organizan.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

**REESTRUCTURACIÓN DE LA SECCIÓN
CULTURAL DEL DIARIO LA HORA**

AUTOR

JUAN GABRIEL CORREA SALAZAR

DIRECTOR

Lic. SYBEL ENRIQUE ONTANEDA ANDRADE Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2017

REESTRUCTURACIÓN DE LA SECCIÓN CULTURAL DEL DIARIO LA HORA

Se optó por el Diario La Hora ya que presenta mayores falencias en cuanto a la actividad periodística en cuanto a la sección cultural.

1. PROBLEMA

Luego de haber realizado la investigación y hacer el análisis de los contenidos de la sección cultural durante el periodo enero marzo 2016 se deduce que la actividad periodística que realizan los medios impresos Diario La Hora – Loja y Diario Crónica, en cuanto al contenido cultural de la provincia de Loja es baja, en sí los dos medios publican noticias culturales que son publicadas por otros medios impresos nacionales. En consecuencia, esto provoca falta de interés por el contenido de parte de sus audiencias.

Por consiguiente, se concluye que el lector no puede identificar las noticias culturales de una manera ágil y rápida, sobre todo al no existir información de noticias culturales de la localidad.

Después de la obtención y análisis de los resultados se dedujo que Diario la Hora es el periódico que más adquiere la ciudadanía Lojana, por tal motivo he creído conveniente realizar la presente propuesta alternativa que es la Reestructuración de la Sección Cultural de este Diario, la misma que permitirá publicar y resaltar la cobertura periodística la información cultural de la Provincia de Loja.

2. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día para los medios impresos es necesario mantener el ordenamiento de las noticias dentro de la sección a la que pertenecen cuya finalidad es su fácil identificación.

De esta forma se lograría un mejor orden de las noticias culturales que es el tema objeto de investigación.

Los eventos culturales de la ciudad de Loja pasan por un buen momento debido al auge del Festival Internacional de Artes Vivas, evento nacional que se desarrolla en esta Provincia y, por ende, es importante que los medios impresos especialmente Diario la Hora y Diario Crónica, realicen una cobertura total de todos los acontecimientos culturales que se producen. Además, es de fundamental importancia que estos medios tengan un formato adecuado de todas las secciones que conforman el periódico de acuerdo a las exigencias del lector.

Con este argumento la intención es que la información divulgada por el Diario La Hora contenga las adecuaciones necesarias entorno al correcto orden y secuencia lógica de las noticias culturales en la sección que corresponde, con el fin de llegar a una mayor cantidad de lectores del periódico.

En este contexto, la presente propuesta se justifica debido a que servirá al lector al para estar informado de los hechos coyunturales culturales que suceden en la ciudad y provincia de Loja.

Conjuntamente el trabajo ayudará a fortalecer e impulsar la formación teórica y mejorará el conocimiento en el campo profesional; así mismo, servirá para dar cumplimiento a los objetivos de la Universidad Nacional de Loja en torno a la vinculación con la colectividad.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

- Reestructurar y mantener un orden lógico de la sección cultural del Diario La Hora en calidad y actualidad.

Objetivos Específicos

- Realizar la cobertura y publicar contenido sobre todos los eventos culturales realizados en la provincia de Loja cuya finalidad es promover la cultura por medio a través de este medio de comunicación.
- Establecer estrategias de comunicación para hacer conocer a los lectores la importancia de la restructuración de la sección cultural y por ende la difusión de las noticias culturales.
- Posicionar la calidad informativa cultural con imágenes y fotografías de calidad que permitan dinamizar la noticia y causar impacto visual.

4. ESTRATEGIAS

La actual propuesta es diseñada para cumplir, los principales resultados de la investigación de campo. Siendo el fin de emitir información, acorde a la fácil identificación de las noticias culturales y a la vez promover la calidad de la noticia.

Cuadro de lineamientos del Diario La Hora

ACCIONES	ESTRATEGIAS	TÉCNICAS	PROPÓSITO
DIARIO LA HORA	Informar de manera que satisfaga al lector sobre las noticias culturales.	Ofrecer la facilidad de ordenamiento de noticias culturales en la sección que corresponde.	Ejecutar de manera triunfante la primera etapa de la propuesta planteada.
	Reforzar contenidos de las noticias culturales con fotografías y su respectivo pie de foto.	Fotografías adecuadas a la noticia con la información pertinente y acorde a la noticia como tal.	

Elaboración y fuente: El Autor

5. FINALIDAD

La propuesta se contrastará con el propósito de mejorar la presentación de las noticias culturales en la sección cultural del Diario La Hora y ofrecer a la sociedad información ordenada y dinámica con respaldo de fotografías acorde a las noticias culturales divulgadas, de este modo, la ciudadanía sería la principal beneficiada por estar bien informada por los hechos que suscitan en la ciudad de Loja, promoviendo a la vez, temas de interés general, mediante un grupo focal, tanto artísticos culturales como ciudadanía en general, que coadyuven a fortalecer al medio.

6. MATRIZ DE ALTERNATIVA

El análisis de las noticias culturales del Diario La Hora-Loja y Diario Crónica se ha hecho necesario aplicar la propuesta a uno de estos medios para mejorar el ordenamiento de las noticias culturales, complementando la información con su versión digital, para hacer uso de las tendencias aportadas por la opinión pública.

Cuadro Matriz del Diario La Hora

MEDIO	Objetivo	Acción específica	Público meta	Respuesta esperada
Diario La Hora	Producir difusiones de noticias culturales de todo el ámbito posible relacionado al entorno cultural de la ciudad de Loja.	Publicar variedad de noticias culturales y de esta forma vincular directamente al ciudadano como un ente generador de información.	Desarrollar progresivamente en un mes el número de lectores debido al auge de noticias culturales.	Se espera que la información ordenada en la sección cultural, se mantenga y a la vez, aumente nuevos lectores.
	Crear convenios con instituciones públicas y privadas que promuevan la cultura, para difundir de primera mano sobre el acontecer noticioso cultural.	Motivar a la ciudadanía a participar en diferentes eventos noticiosos culturales de gratuidad para un adecuado empoderamiento cultural.	Lograr un número fijo de consumidores culturales para crear usuarios comprometidos con la cultura.	Los lectores se mantienen bien informados sobre los hechos culturales que acontecen en la ciudad y provincia de Loja.

Elaboración y fuente: El Autor

7. OPERATIVIDAD

La operatividad es la implementación y correcta reestructuración de la sección cultural, debido al desorden y la falta de información, en la sección cultural, también como un valor agregado es la creación de una sección sobre el Festival Internacional de Artes Vivas de la Ciudad de Loja, de tal modo, se daría al cumplimiento de los objetivos a corto plazo, debido a que se complementa con sus objetivos específicos de la propuesta, y así, lograr las metas planteadas, en el transcurso del tiempo, logrando el normal cumplimiento de las funciones, acorde a las necesidades del medio periodístico.

8. AUDIENCIA META

DEMOGRAFÍA

Público principal: Lectores establecidos con las que cuenta Diario La Hora

Localización Demográfica: Loja

Sexo: Masculino y femenino

Clase Social: Todas

Formación Académica: Primer nivel, segundo nivel, tercer nivel y cuarto nivel.

La investigación promueve y facilita la información para establecer las características de la sección cultural, en vista que las distintas incógnitas planteadas a los ciudadanos determinan las características que debe tener una adecuada noticia cultural, como la importancia de alimentar la sección cultural de información local ya que la ciudadanía le interesa que sea de la ciudad de Loja y a la vez siendo beneficiados directamente los ciudadanos.

Oportunidades

- ✓ Poseer un adecuado orden secuencia de la sección cultural.
- ✓ Facilidad de localización de noticias culturales al instante de informarse.
- ✓ Acompañar con una fotografía y su respectivo pie de foto.

Debilidades

- ✓ Existe desorden en las noticias culturales.
- ✓ La mayoría de las noticias culturales no tienen fotografía.

Amenazas

- ✓ Ampliación de noticias culturales de escala nacional.
- ✓ Poco contenido de información con respecto a la noticia cultural.

SOSTENIBILIDAD

La propuesta está vinculada directamente al proyecto de: reestructurar la sección cultural de Diario La Hora utilizando las técnicas del periodismo investigativo, corresponde a la Coordinación de Investigación- Desarrollo de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja. Debido a la importancia del auge en las manifestaciones culturales que tiene la ciudad de Loja por el Festival Internacional de las Artes Vivas que se viene desarrollando en la actualidad.

9. MONITOREO Y EVALUACIÓN

- ✓ Se ejecutará el seguimiento pertinente para conocer sobre la nueva sección cultural, a través de un grupo focal de consumidores de información de periódicos. Esto se realizará después de un mes para verificar la información si es acorde a las necesidades de los públicos.
- ✓ También se realizará reuniones mensuales con el equipo que cuenta la institución, para fortalecer y mejorar los contenidos acerca de la actividad de la nueva sección cultural que se viene realizando en el Diario La Hora.

10. RECURSOS

El Diario La Hora-Loja cuenta con el talento humano suficiente para el desarrollo y manejo adecuado para el giro normal de la empresa. Es necesario también, que cuenta con el equipo suficiente para el manejo de grupos focales que se lo realizaría con un número suficiente de personas, a través de los suscriptores con los que cuenta el medio periodístico.

PROPUESTA DE GRUPO FOCAL

PROPUESTA DE GRUPOS FOCALES			
Pregunta	Duración	Cierre	Resultados y acciones del diario
¿Qué opina estimado lector-suscriptor sobre la información que brinda nuestro Diario La Hora-Loja, acerca de las noticias culturales?	Una semana Promocionando a través de la versión digital.	Al finalizar las preguntas y sugerencias, a través de opiniones dadas por los suscriptores, se realizará una encuesta.	Se recopilará un informe final con todas las mejoras que implementara y, por ende, recibirán el respaldo físico los suscriptores. También se elaborará un video promocional sobre la nueva imagen de la sección cultural y aportaran al video los participantes de los grupos focales.

Elaboración y fuente: El Autor

Presupuesto para reestructuración del Diario La Hora-Loja

1 Periodista con los conocimientos en edición de fotografía y redacción para noticias culturales.	904
1 Grabadora	216
1 Computadora	700
1 Cámara fotográfica con su respectivo trípode	900
1 Cuadernillo de apuntes	1
Otros	300
Total	3.021

FINANCIAMIENTO DEL PAUTAJE PUBLICITARIO		
Publicidad grande color	15 cm de ancho x 17 cm de largo	6.683,04
Publicidad mediana b/n	10 cm de ancho x 17 cm de largo	2.513,28
Publicidad grande b/n	10 cm de ancho por 10 cm de largo	1.478,40
Publicidad pequeña	10 cm de ancho por 5 cm de largo	739,20
Publicidad pequeña	5 cm de ancho por 5 cm de largo	369,60

Fuente y elaboración: El autor

TOTAL

Inversión Inicial	3.021
Mantenimiento	904

Suman totales 3.925

Financiamiento	
Proyección de la venta publicitaria mensual	11.783,52

Rentabilidad para el Diario 7.858,28

j. BIBLIOGRAFÍA

Amador, J. (2015). Comunicación y cultura: conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación. México. Ed: Universidad Autónoma de México. Recuperado de <https://goo.gl/SGDDjS>

Amodio, E. (2006). Cultura, comunicación y lenguajes. Cultura y Lenguaje, Sociedad y Cultura, Cultura y Comunicación, Corporalidad y Comunicación, Comunicación Verbal, Globalización y Comunicación. Caracas. Recuperado de <https://goo.gl/1wqWUi>

Armas, J. (2014). “Comunicación interna y clima laboral” (Estudio realizado en call center de la ciudad de Quetzaltenango). (Tesis de Licenciatura). Guatemala. Quetzaltenango. Recuperado de <https://goo.gl/F1jCLb>

Ayala, E. (julio del 2012). La prensa en la historia del ecuador una breve visión general. Universidad Andina Simón Bolívar Ecuador. Boletín Informativo Spondylus. Recuperado de <https://goo.gl/RPaqjw>

Balarezo, B, D. (2017). “Creación de una empresa productora y comercializadora de barras energizantes a base de pinol e insumos naturales autóctonos para la provincia de Cotopaxi” (Tesis de Ingeniería). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24865/1/326%20o.e..pdf>

Barada, M. (2009). El arte y la cultura como medios de inclusión social: las manifestaciones de arte villero en Argentina y el mundo. Argentina. EBSCOhost. Recuperado de <https://goo.gl/3yC81wORG> (2011). Día Mundial de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo, 21 de mayo. Recuperado de <https://goo.gl/c2JG7d>

- Calderón, T. (1990) La comunicación. Recuperado de <http://bit.ly/2dIxxvHA>
- Cárdenas A. & Godoy D. (2008). Estrategias de Comunicación. (Tesis de Licenciatura) Universidad Javeriana. Bogotá. Recuperado de <https://goo.gl/UJb7Qm>
- Carrión, G. (octubre 2015). Universidad Técnica Particular de Loja. Conferencia de la Historia de la prensa escrita ecuatoriana en dos siglos: De la prensa religiosa a la liberal, un camino hacia la libertad. Conferencia llevada a cabo en Loja, Ecuador. Recuperado de <https://goo.gl/UR1p51>
- Dominguez, C. (s.f) La cultura. (Tesis de maestría) Universidad de las Américas Puebla. México. Recuperado de <https://goo.gl/8QwPnD>
- Escuela de Formación Política Conamuca. (2015). Taller Grafios de Comunicación Popular. Reduplica Dominicana. Recuperado de <https://goo.gl/VR5Lgg>
- Flores, C. (2014). Metodología de Investigación Cualitativa. (Tesis de Licenciatura). Universidad Pedagógica Nacional Francisco. Morazán. Tegucigalpa.
- Giménez, G. (2010). La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Argentina. Recuperado de <https://goo.gl/iKVQmj>
- Gómez, J. A. (2006). El hecho religioso y por qué es religioso el hombre. Colombia. <https://goo.gl/jPCELi>
- Guardia, N. V. (2009). Colección Pedagógica Formación Inicial de Docentes Centroamericanos de Educación Primaria o Básica. Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana. Ed. San José. Recuperado de <https://goo.gl/5cDVTE>
- Guerrero, P. (2002). Antropología y Cultura. Una mirada crítica, a la identidad diversidad, alteridad y diferencia. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Guerrero, P. (2002). Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia. Ecuador. Abya-Yala. Recuperado de <https://bit.ly/2uKcKU7>

Gutierrez, S. (2014). La comunicación interna en las organizaciones. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Salamanca. España. Salamanca. Recuperado de <https://goo.gl/SYG8QX>

Islas, O. (2014). “El Folleto como medio de comunicación impreso”. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Sistema de Universidad Virtual. Hidalgo. México. Recuperado de <https://goo.gl/FTA7ae>

Jiménez, G. (2018). La comunicación. La Academia. Recuperado de <http://bit.ly/2drMpPo>

León, G. X. (2011). Mapa de comunicación del Ecuador. (Tesis de Licenciatura). Ecuador. Cuenca. Recuperado de <https://goo.gl/2E8eJ8>

López, D. (2012). Mediante la consolidación de una identidad y cultura organizacional en la asociación pro recreación y cultura de Zipaquira (Aprecuz), establecer las bases para el desarrollo de una futura alianza estratégica empresarial. (Tesis de Licenciatura). Universidad Santo Tomás de Aquino. Bogotá. Colombia. Recuperado de <https://goo.gl/rnMsiE>

Morfín, F. (2017). Tipos de cultura y cultura híbrida. El mundo. Recuperado de <http://www.elmundodetehuacan.com/index.php/opinion/opinion-conten-ini/28997-Tipos-de-cultura-y-cultura-h%C3%ADbrida>

Navarro, A. (2014). Propuesta de manual de estilo para la revista Popcorn profesionalizar la frivolidad. (Tesis de Licenciatura). México. Recuperado de <http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0707760/0707760.pdf>

Pernia, M (2014). Aportes Relevantes Tecnológicos De Los Medios Impresos.
Recuperado de: <http://bit.ly/2dIKHfM>

Rivera, E. (2016). Incidencia de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo. (Tesis de Licenciatura). Babahoyo, Ecuador. Recuperado de <https://goo.gl/AFXg88>

Rivadeneira, R. (1997). Comunicación y cultura. *Revista Ciencia y Cultura*. 1(2).
Recuperado en 06 de abril de 2018, de
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33231997000200010&lng=es&tlng=es.

Ron, J.(1977). Sobre el concepto de Cultura “Cuadros Populares. Ecuador. Soliterra.
Recuperado de <https://goo.gl/GwD986>

Ruiz, M. (2016). Habilidades comunicativas y comunicación política. (Tesis de doctorado). Universidad Miguel Hernández. Alicante. España. Recuperado de <https://goo.gl/fEH1HU>

Silva, D. (2009). Relaciones con medios de comunicación. *Federación Mundial de Hemofilia*. 1(10). 1-12. España. Recuperado de <https://goo.gl/SnFzMf>

Zavala, H. & Corona, M. (2010). Importancia de las características y funciones presentes en el lenguaje periodístico de los medios impresos de Maracaibo. *Revista de Ciencias sociales*. 16(1). Recuperado de <https://goo.gl/Yyzf9E>

k. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA

**ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL
DE LOS MEDIOS IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO
LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO ENERO – MARZO 2016.**

**Proyecto de tesis previo a la obtención
del grado de Licenciado en Ciencias de
la Comunicación Social.**

AUTOR

JUAN GABRIEL CORREA SALAZAR

DIRECTOR

Lic. SYBEL ENRIQUE ONTANEDA ANDRADE Mg. Sc.

**LOJA - ECUADOR
2017**

a. TEMA

**ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LA SECCIÓN CULTURAL DE LOS MEDIOS
IMPRESOS: DIARIO CRÓNICA Y DIARIO LA HORA. PERÍODO DE ESTUDIO
ENERO – MARZO 2016.**

b. PROBLEMÁTICA

La comunicación, desde tiempos remotos inicio de una u otra forma, con el fin de comunicarse con otro individuo. Al inicio el ser humano simplemente se comunica a través de gestos o símbolos, no incluían sonidos, pero, tiempo después surgirían sonidos, para comunicarse más fácil. Asignando un sonido a cada cosa en particular, perfeccionando conocimientos adquiridos como gestos o movimientos corporales, de manera que ayudo a compensar y fluir una comunicación acorde, hasta llegar a un lenguaje hablado formal.

Sin embargo, en la actualidad los ciudadanos pueden estar informados a través de la *Tic* (Tecnologías de la Información y la Comunicación), y de este modo comunicarse inmediatamente. Pero, al existir demasiada innovación tecnológica, resulta más complicado para la sociedad clasificarla, basándose por ejemplo en características de calidad y veracidad, y en ocasiones deja de ser creíble lo informado a través de los *Mass Media* (Medios de comunicación de masas), en manera parcial, según cual sea su línea editorial, las noticias mismas en la actualidad se pueden leer en las plataformas digitales y en distintas fuentes. Pero el uso adecuado de las *Tic* beneficia de manera directa a la sociedad, porque ayuda a realizar tareas sin el uso de papel y aumenta la interactividad entre individuos, como también a interactuar en tiempo real.

Una de las razones para el desarrollo mismo de un país es su nivel de cultura, para esto implica a la prensa escrita como fortaleza fundamental a la hora de informar, ya que aporta a la sociedad a través de los reportajes, entrevistas o acontecimientos noticiosos y de esta manera se tiene una percepción sobre la realidad.

Al existir otro tipo de información enfocada principalmente en la política y el sensacionalismo, los medios de comunicación tienden a descuidar la información cultural. En el caso específico de la ciudad de Loja, hoy considerada como “Cuna de Artistas”, debido a la influencia de artistas musicales, compositores, pintores, poetas, oradores y escritores; también es descuidada por los medios de comunicación locales y nacionales.

Con lo mencionado se identifica claramente una problemática que engloba la siguiente interrogante. ¿Qué importancia dan los periódicos a los temas y eventos culturales de la ciudad de Loja?

El presente proyecto pretende aportar de manera minuciosa al impacto social-cultural que aportan los periódicos locales. Para la consecución de los objetivos se aplicarán aspectos metodológicos cuantitativos y cualitativos, cuyos resultados aporten a la búsqueda de soluciones que erradiquen esta deficiencia en los periódicos; entre ellas, la importancia de comunicar sobre aspectos en lo que concierne a cultura, de manera eficiente, eficaz, detallada y variada.

En la actualidad, el desconocimiento de los periódicos tradicionales locales de la ciudad de Loja, de manera directa induce a que existe muy poca comunicación sobre la cultura provocando un desinterés general, lo que conlleva a que exista muy poca información sobre la cultura en la ciudad de Loja, presentando de esta forma el tratamiento y estudio adecuado, sobre los periódicos: Diario La Hora y Diario Crónica, comprendidos del mes del mes: enero, febrero y marzo del 2016.

c. **JUSTIFICACIÓN**

Académica.- entre los objetivos propuestos en este proyecto, se busca proponer un adecuado uso de contenidos de acuerdo a la cultura de la ciudad de Loja, en los periódicos: La Hora y Crónica de la Tarde, porque es fundamental para la sociedad aportar desde la academia universitaria y vincular la teoría con la práctica.

Institucional.- El actual trabajo se justifica en base al aporte que se va a brindar mediante las conclusiones y recomendaciones que se darán una vez culminado el proyecto investigativo, para que sean consideradas o llevadas a la práctica por los periódicos de la ciudad de Loja, ya que los mismos han facilitado la documentación e información necesaria para concluir con éxito la investigación.

Social-Económica.- El trabajo “Análisis de contenidos en los medios impresos (Diario la Crónica de la Tarde y La Hora) de la sección cultural en la ciudad de Loja del período de estudio Enero – Marzo 2016.”, ayudará a contribuir la correcta toma de decisiones y así mismo poder determinar la situación real de la misma tanto en la presentación de la sección de cultura, como el beneficio que la ciudadanía, de esta manera generar conciencia crítica a la sociedad.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar los contenidos de la sección cultural de los medios impresos: Diario Crónica y Diario La Hora, de la ciudad de Loja.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Analizar el tratamiento a la información cultural que se difunde a través de los periódicos de estudio.
- Identificar las causas de por qué existe poca cobertura y difusión de los temas culturales de la ciudad de Loja.
- Descubrir sobre el tratamiento que conceden los periódicos: Diario Centinela y Diario Crónica.

HIPÓTESIS

El tratamiento de la información cultural en la provincia de Loja es diversa y se difunde principalmente en los periódicos: Diario La Hora y Diario Crónica.

La información cultural de la ciudad de Loja es muy valiosa y se publica a través de los periódicos: Diario La Hora y Diario Crónica.

El tratamiento de los medios los periódicos: Diario La Hora y Diario Crónica, se publican principalmente en la sección cultural.

e. MARCO TEÓRICO

Cultura

Cultura es el conjunto de manifestaciones humanas culturales demostrada en distintas formas, sean culturales, políticas, económicas y sociales. Donde se adaptan nuevas formas se reproducen formas de vida o se crea, según las necesidades, clima, situación y religión.

La cultura es importante para el desarrollo de un territorio, porque permite relacionarse entre sí y definir metas y proyectos que ayuden a la sociedad, con el fin de beneficiarse de las decisiones tomadas.

Definición

Zino (2013) cita a Leslie (1959) quien manifiesta que la “Cultura es un continuum extrasomático (no genético, no corporal) y temporal de cosas y hechos dependientes de la simbolización. La cultura consiste en herramientas, creencias, rituales, juegos, obras de arte, lenguaje, etc”.

Concepto

Son todos los aspectos antropológicos desde la historia del ser humano y con los que convive a su alrededor adaptándose a la vez con su música, gastronomía, vestimenta y diferentes formas de vivir. Son todas las manifestaciones sociales que conlleva a mejorar su condición de vida en la sociedad, generando un aporte significativo en lo que data su historia predecesora.

Importancia

La cultura, en su rica diversidad, posee un valor intrínseco tanto para el desarrollo como para la cohesión social y la paz. La diversidad cultural es una fuerza motriz del desarrollo, no sólo en lo que respecta al crecimiento económico, sino como medio de tener una vida intelectual, afectiva, moral y espiritual más enriquecedora. Esta diversidad es un componente indispensable para reducir la pobreza y alcanzar la meta del desarrollo sostenible, gracias, entre otros, al dispositivo normativo, elaborado en el ámbito cultural. Simultáneamente, el reconocimiento de la diversidad cultural mediante una utilización innovadora de los medios y de las Tic en particular, el cual lleva al diálogo entre civilizaciones y culturas, al respeto y a la comprensión mutua.

Objetivos principales de la cultura

1. Promover las capacidades humanas.
2. Desarrollar políticas culturales de acuerdo a las necesidades.
3. Dar a conocer sobre el enriquecimiento intangible de un pueblo, sus costumbres o creencias

Cultura organizacional, social e identidad

Cultura organizacional

Dentro de esta perspectiva universal, otro uso hoy muy común es el hablar de cultura de empresa” o “cultura organizacional”. Dicha conceptualización busca, a través de un discurso humanista y a partir de la comprensión de las mentalidades, de las lógicas culturales de los obreros, implementar estrategias efectivas, que hagan posible la elevación de los índices de productividad de las empresas. Estos conceptos surgen como respuesta estratégica a los requerimientos de las empresas para enfrentar las crisis.

Las empresas empezaron a considerar la importancia que tiene la cultura en la construcción de los procesos simbólico. Se empezó a ver la necesidad de generar ritualidades y prácticas culturales al interior de las empresas, puesto que estas provocan en los trabajadores conductas de lealtad y eficacia productiva. (Guerrero, 2002)

Lo que se pretende es que los trabajadores internalicen su quehacer laboral haciéndolos sentir la empresa como parte de sí mismos, lo que permite que se adhieran, apoyen e impulsen los objetivos empresariales. Esto trae como consecuencia complementaria una notable disminución de la conflictividad laboral. (Ibíd.)

Desde esta visión de cultura de empresa u organizacional, que hoy forma parte del lenguaje común de las facultades de administración de empresas, la concepción de cultura resulta terriblemente reduccionista, al considerar a las comunidades obreras como colectividades cerradas, estáticas y homogéneas. Desde un culturalismo extremo esta visión señala que, si es la cultura la que modela la totalidad de las conductas, actitudes y comportamientos de los individuos, la “cultura organizacional” o la “cultura de empresa”, lo que busca es imponer su sistema de valores y representaciones culturales a quienes laboran en ella, para obtener mayores niveles de productividad y rentabilidad.

De acuerdo a lo que plantea Guerrero (2002)

Hay un evidente uso ideológico de la noción de cultura, así como un claro proceso que nosotros llamamos de usurpación simbólica en esta concepción. La comunidad obrera es homogeneizada, no es vista en su diversidad ni diferencia y, además, no se la considera como portadora de distintas tradiciones culturales, peor aún como constructora de cultura, ya que esta debe ser impuesta desde las visiones estratégicas que la empresa diseña. Se esconde detrás de esta noción una perversa concepción paternalista del ejercicio del

poder, que tiene una profunda eficacia simbólica, puesto que, al construir el imaginario de la empresa como hogar de todos, lugar de los consensos donde se anulan las diferencias, se logra ignorar los procesos de alienación e invisibilizar las contradicciones de clase. La cultura se vuelve no una categoría analítica, sino un recurso ideológico que es instrumentalizado para mantener el orden dominante, acorde a las necesidades de la empresa capitalista.

Cultura Social

La cultura no puede seguir siendo leída como un atributo casi natural y genético de las sociedades. La cultura tiene que ser mirada como una “construcción” específicamente humana, resultante de la acción social. La cultura es esa construcción que hizo posible que el ser humano llegue a constituirse como tal y a diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza.

Al caracterizarla como “construcción” social, no decimos que la cultura es una invención arbitraria o artificial, sino que es el producto de acciones sociales concretas generada por actores sociales igualmente concretos y en procesos históricos específicos.

Guerrero (2002) escribe:

Si vemos la cultura como una construcción social presente en la diversidad de la sociedad humana, sería equívoco entenderla al margen de la misma sociedad y de los sujetos sociales que la construyen, puesto que la cultura es posible, porque existen seres concretos que la construyen desde su propia cotidianidad como respuesta a la dialéctica transformadora de la realidad y de la vida. De ahí la importancia de estudiar los procesos sociales e históricos que nos acerquen a los actores constructores de cultura y a los procesos de construcción, deconstrucción y revitalización de sus creaciones culturales.

Decir que la cultura es una construcción social implica que esta solo puede ser creada con y junto a los “otros” y para los otros, en comunión, en relación dialógica con

los “otros”. En consecuencia, nosotros pensamos que la cultura constituye un acto supremo de alteridad, que hace posible el encuentro dialógico de los seres humanos para ir estructurando un sentido colectivo de su ser y estar en el mundo y la vida.

Las conductas culturales para ser consideradas como tales deben ser creadas por una sociedad, compartidas por un grupo social, y, por lo tanto, son transferibles de individuos a individuos, de una generación a otra. Los elementos culturales cumplen así la función de elementos constantes, capaces de cohesionar, unir, identificar, interpretar y modificar la acción social.

La cultura es esa herencia social diferente de nuestra herencia orgánica, que nos permite vivir juntos dentro de una sociedad organizada, que nos ofrece posibilidad de soluciones a nuestros problemas; conocer y predecir las conductas sociales de los otros; y permite a otros saber qué pueden esperar de nosotros. La cultura hace posibles interacciones sociales que dan sentido a la vida de un grupo, que regulan nuestra existencia desde el momento mismo en que nacemos hasta cuando dejamos de ser parte de la sociedad si, nos llega la muerte, pero siempre seremos miembros de una sociedad y de una cultura.

Guerrero (2002, b) cita a Benedict (1934) donde manifiesta que:

La cultura es lo que une a los hombres”. Es gracias a esa herencia social que las sociedades son lo que son y de ella depende la continuidad de su existencia, ahí es de donde cada generación toma sus sistemas de valores, las pautas para dar sentido a su existencia presente y la construcción de su futuro.

De forma sencilla podríamos apuntar que una sociedad siempre está integrada por gente, la cultura es, en cambio, la manera como esta gente se conduce. Por lo tanto: una sociedad no es una cultura, posee una cultura. La sociedad humana es más que un conglomerado de individuos, la unidad de esos individuos acorde a convenciones

culturales específicas. La cultura constituye una serie de patrones de normas integradas de conducta que hacen posible dar a esa agrupación un distinto sentido para su existencia en sociedad y para asegurar la continuidad de la misma.

El ser humano pudo llegar a la historia porque fue capaz de construir cultura. Todas las fuerzas que pone en movimiento le permiten crear y recrear nuevas formas de sociedad, y es en esa misma fuerza transformadora que constituye la cultura donde encuentra la posibilidad para transformar la sociedad y la historia. (Ibíd.)

Cultura e identidad

Uno de los equívocos más generalizados es tratar a la cultura y a la identidad como sinónimos. Error que, creemos, se debe esclarecer. Cultura e identidad no son la misma cosa, sin embargo, vale tener presente que culturas, identidades y diferencias colectivas son representaciones simbólicas socialmente construidas.

Según Guerrero (2002) dice que la cultura e identidad son construidas, lo que significa que no son fenómenos “naturales” ni arbitrarios, sino que son el producto de un proceso socio histórico de creación constante, de acciones sociales y de sujetos sociales concretos. La cultura, como construcción simbólica de la praxis social, es una realidad objetiva que le ha permitido a un grupo o individuo llegar a ser lo que es. Mientras que la identidad es un discurso que nos permite decir “yo soy o nosotros somos esto”, pero que solo puede construirse a partir de la cultura. De ahí que cultura e identidad sean conceptos diferentes, pues no es lo mismo “ser”

Todo proceso de construcción de la identidad se inicia con la necesidad de autorreflexión sobre sí mismo, la mismidad, que hace referencia a la imagen o representación de un “sí mismo”, que nos permite decir “yo soy” esto o “nosotros somos”.

Eje clave para saber y decir quiénes somos es el sentido de adscripción o pertenencia, la conciencia, la interiorización y el orgullo que nos hace “sentirnos parte

de” un pueblo, una sociedad, un grupo social que comparte una misma raíz histórica, un mismo universo simbólico, una particular visión sobre la vida, una cultura por la que ha podido llegar a ser lo que se ha construido como pueblo.

Tipos de Cultura

Se clasifican en:

Cultura Tópica: Es la que engloba un listado de categorías o, como bien indica su nombre, tópicos tales como religión, sociedad, etc.

Cultura Histórica: Se entiende a la cultura como una herencia social. Indica la relación que una sociedad establece con su pasado.

Cultura Mental: Se entiende a la cultura como todos aquellos hábitos o costumbres que diferencian a un individuo o un conjunto de individuos del resto. La cultura mental es propia de cada persona, y está ligada a sus conocimientos y capacidades.

Cultura Estructural: Se entiende a la cultura como un conjunto de símbolos, valores, creencias y conductas reglamentadas y relacionados entre sí.

Cultura Simbólica: La misma se conforma a partir de la significación arbitraria otorgada, comunicada y compartida por los miembros de un grupo social.

La cultura según su desarrollo:

Primitiva: Se caracteriza por la carencia de innovación técnica, tal como la escritura, o el desarrollo de algún tipo de economía. La cultura primitiva por sus mismas características no tiende a forma alguna de desarrollo.

Civilizada: Es aquella que, a través de la creación de elementos, logra un desarrollo e innovación.

Analfabeta: Carece de algún modo de escritura, y sólo se comunica a través del lenguaje oral.

Alfabeta: Se define por la implementación del lenguaje escrito y oral por parte del grupo humano que la integra.

Comunicación

Concepto

Flores (2014) afirma que la comunicación ha existido siempre, desde que nuestros antepasados expresaban sus ideas en dibujos rupestres, pasando por Aristóteles que enseña que la comunicación es la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance el arte de la oratoria lo desarrollaron los griegos y los romanos con el fin de poder hablar en público y su objetivo era alcanzar un buen nivel de persuasión, es decir que el mensaje logre afectar al receptor del mismo. Autores modernos coinciden con esta idea, la comunicación es importante siempre que el mensaje transmitido afecte de alguna manera al que lo recibe. Nuestro objetivo básico en la comunicación es influir en los demás, ya que nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente.

Tipos de Comunicación

Existen dos tipos de comunicación, que en forma simultánea pueden influenciar el comportamiento del hombre. Es en cada uno de ellos donde se almacena la información obtenida sobre algún dato o circunstancia importante dentro de las organizaciones, expresándose de manera distinta, dependiendo de qué tipo de comunicación se trate.

Externa: Es la creada por la administración para controlar el comportamiento individual y grupal, pero sobre todo para alcanzar metas de la organización. Jiménez (s.f) menciona a Hughes (1986) que “este sistema es dictado por el ambiente técnico, político y económico de la organización”.

Interna: En toda organización, la comunicación fluye por canales de autoridad y responsabilidad, que son conocidos como formales (correspondencia, instructivos, manuales, ordenes, etc.) se crea y desarrolla con la interacción de la gente dentro de estos canales formales.

Dentro de los grupos informales de cualquier organización, también se origina comunicación, que, por no seguir los canales formales, se le conoce como comunicación informal, (opiniones, comentarios, rumores, etc.), en ocasiones esta puede ser de gran importancia, ya que por su naturaleza puede influir más que la comunicación formal, e inclusive ir en contra de esta. Por estos motivos se recomienda a las organizaciones que los canales de comunicación formal se apoyen en las redes informales. (Calderón, 1990)

Elementos de la comunicación

Balarezo (2014) menciona a Berges (2011) quien explica lo siguiente “Se denomina comunicación organizacional al proceso por el cual se transmite una información entre un emisor y un receptor a fin a la empresa”

Los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son los siguientes:

- **Emisor:** Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).
- **Receptor:** Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.
- **Código:** Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- **Canal:** Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto,

olfato y gusto).

- **Mensaje:** La propia información que el emisor transmite.
- **Contexto:** Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

Por otra parte, también se adiciona a los elementos antes expuestos de la comunicación organizacional interna, otros más que a continuación detallaremos:

- **Retroalimentación:** Es el elemento que indica si hubo éxito o no en el proceso. Se medirá si una información llegó adecuadamente al receptor si se recupera respuesta del mismo ante la información.
- **Ruido:** “Todo aquello que entorpece la comunicación. Por ejemplo: una conexión telefónica deficiente, falta de atención del receptor, uso de lenguajes diferentes, prejuicios a la hora de entender el mensaje, gestos corporales que contradigan lo que se dice, etc”. (Balarezo,2010 a)

Por último, la comunicación interna se centra como un proceso en el cual participan varios elementos indispensables para que ésta se lleve a cabo con eficiencia. A los elementos presentados por los dos autores anteriores, adicionamos los siguientes:

- **En codificación:** Traduce la idea a comunicar en un código, ya sean palabras orales o escritas u otros símbolos que tengan un significado común y fácil de comprender para el otro. Es decir, poner la idea en un “lenguaje” adecuado tanto para el que lo envía como para quien lo recibe.
- **Decodificación:**

“A diferencia de la codificación, la decodificación es cuando se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso transmitir. Es aquí, cuando se observa si el código

y el medio fueron los adecuados para que el receptor interpretara el mensaje de la manera en la que el emisor deseaba. Y es en este elemento donde la retroalimentación es eficaz o errónea”. (Ibíd.)

Importancia de la comunicación

Se comprende, pues, que la importancia de la comunicación aumenta a medida que un individuo siente que está progresando en sus actividades sociales. El éxito de un partido político será más evidente si la comunicación de los elementos que requiere estas actividades que son manejados con claridad y con el buen uso de la lengua. En una clase, los estudiantes se sentirán más satisfechos en la medida en que el maestro es capaz de comunicarse adecuadamente, pues mientras más complicado sea el tema de estudio, mayor habilidad comunicativa debe tener el emisor.

Medios Impresos

Concepto

Son materiales impresos físicos que se utilizan para la difusión de contenidos de interés general, como artículos científicos, revistas, periódicos, guías, trípticos y etcétera, utilizados con el fin de informar y comunicar sobre algún tema.

Son los medios publicitarios que pasan por un proceso de impresión, cualquiera que éste sea. Normalmente los impresos son generados por imprentas convencionales offset o, en el caso de los diarios, por rotativas.

El público que lee los medios impresos es muy variado:

- 1.- Toda la población tiene acceso a un medio
- 2.- Cada lector compra el que mejor satisfaga sus necesidades.

“El ejecutivo de medios tiene la oportunidad de elegir el medio impreso que mejor

convenga a los objetivos de la estrategia publicitaria que ejecutará”. (Chila, 2016)

Es importante distinguir entre cada uno de los medios impresos, ya que varían tanto en cuanto a público, como en tiempos de salida y publicación.

Objetivos de los medios impresos

- Dirigir, ejecutar y evaluar la política comunicacional de la institución (Programas, productos, campañas y actividades), en las áreas de medios impresos, electrónicos, audiovisuales y radiofónicos, manteniendo un trabajo coordinado entre los distintos miembros de las dependencias y autoridades rectorales.
- Promover vínculos directos con los medios de comunicación social tanto interno como externo.
- Producir los lineamientos generales de programación para los medios radioeléctricos de la institución.
- Desarrollar, fortalecer e implementar el programa de la marca e imagen de la institución.
- Editar los diferentes órganos divulgativos de la universidad, tanto de la prensa escrita como de la radio e Internet.
- Organizar las ruedas de prensa y entrevistas con autoridades públicas y cuerpo directivo, así como personalidades de la vida institucional
- Prestar servicios de producción de audiovisuales a entes externos a la institución, así como otras actividades que permitan la generación de recursos.

Origen e historia de los medios impresos

Sobre el origen de la imprenta es un referente principal Gutenberg, pero hay autores que existen otros, por lo tanto, no se le puede atribuir la invención de la imprenta,

ya que a comienzos del siglo XV se imprimían naipes y estampas con motivos religiosos, mediante la aplicación de una plancha de madera grabada y embadurnada con tinta grasa, sobre el papel o el pergamino. Este procedimiento de impresión, la xilografía, era originario de China o Corea, y entró en Europa a través de Italia.

Pernia (2014, a) escribe:

La revolución de la imprenta comenzó con Johann Gutenberg en el siglo XV y fue la base para expandir la difusión de noticias, introduciendo formas que permitieran una circulación masiva de los medios impresos. La presentación física de la mayoría de las publicaciones y material impreso en el siglo XX ha sido muy similar al de los siglos XVIII y XIX, en una hoja grande de papel, y a menudo doblada para facilitar el almacenamiento y transporte.

Importancia de los medios impresos

Las audiencias conocen y distinguen lo más importante cuando leen los medios impresos. Las audiencias confían en la prensa y la usan como una representación de su entorno social y su comunidad. La gente adopta los temas de la prensa como propios. Las personas se interesan más en los asuntos públicos, de ahí la importancia de los medios impresos, ya que acercan a la gente a los temas particulares de interés público. El papel y la función de los medios impresos han sido de gran importancia a lo largo de los siglos, y es probable que lo siga siendo.

Tipos de Medios Impresos

Pernia (2014, b) afirma que:

Los medios impresos incluyen todas las formas impresas: periódicos, boletines, folletos, revistas y panfletos, así como libros y otros materiales de lectura. La gran

mayoría de los medios impresos son publicaciones que venden espacios publicitarios para obtener ingresos. Los medios impresos como revistas y diarios son locales o nacionales, aunque muchas revistas son internacionales. Dentro de estos medios también se incluyen anuarios, presentaciones para eventos y programas”.

Periódico

Periódico es toda publicación que aparece con cierta periodicidad. Con este parámetro, podemos designar como tal a los diarios, semanarios; las revistas mensuales, bimestrales, etc. Existen algunos específicos para cada estado de la república, hay periódicos municipales y periódicos nacionales, estos últimos abarcan temas de interés general para los habitantes de un país y su alcance, obviamente es mucho mayor.

Cada periódico tiene sus propias características tanto de tendencias como de editorial: algunos tienen posturas políticas claras y definidas: otros son de interés financiero y económico; otros más son neutrales; otros son de crítica e izquierda; algunos son conservadores y otros tienen tintes amarillistas o escandalosos, pero todos tienen un segmento de población bien definido.

Hay periódicos con ediciones matutina o vespertina, o con ambas; los primeros son los más generalizados. No obstante, este tipo de medio ayuda y sirve de mucho para productos que ofrecen remedios rápidos.

Los periódicos nacionales son los más socorridos por los publicistas, y su uso correcto responde al mensaje que se desea comunicar. Hoy en día los periódicos son un recurso común para promociones, eventos especiales, lanzamientos, etc.

Boletín

Se les conoce mayormente como Boletín Informativo debido a que cumplen con una finalidad de hacer llegar cierto tipo de información a un público en particular, un

boletín informativo es una publicación que generalmente viene dada en forma de folleto, las personas que tienen acceso a ellos es porque se encuentran suscritos en algún programa que brinda este tipo de publicidad en donde se promocionan las distintas cosas que ofrecen, los cuales pueden ser artículos o servicios que sean de su interés, los boletines son muy comunes en lugares como clubes, organizaciones sociales y organizaciones de negocios como compañías o empresas donde la información que desean divulgar no va dirigida únicamente a sus miembros o empleados, sino también a los clientes potenciales que desean atraer por medio de ellos.

Folleto

Un folleto es un texto impreso en pequeñas hojas de diferentes formas que sirve como una herramienta publicitaria. Generalmente los folletos son entregados en la vía pública con información de interés sobre restaurantes, bares, lugares turísticos o similares, también se publicita en agencias turísticas, instituciones entre otros, que sirven como guía de las prestaciones de servicios que ofertan.

Los folletos existen como medio de comunicación desde que se inventó en Europa la imprenta, en el siglo XVI. No eran como los actuales, ya que esos eran folletos porque era la única forma de impresión existente: una carilla con un breve texto.

Revista

La revista es un tipo de publicación, por lo común semanal, que ha de atraerse al lector, por la utilización de elementos técnicos entre los que el “grabado” ocupa el primer lugar. A ello viene precisamente la denominación de la “revista” que “revé” o “vuelve a ver”. La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el periódico para incorporarles aditivos que la complementan. En comparación con el diario, trae valores inéditos como

la sugestión del público, la imagen, color, etc. Las relaciones entre la literatura y las revistas son más cercanas y estables que las del periodismo diario, que está mucho más concentrado por el curso rápido y en detalles de la actualidad.

Tríptico

La palabra 'tríptico' se usa normalmente para señalar a un tipo de elemento que cuenta con tres secciones claramente divisibles entre sí pero que, de igual manera, mantienen unión con la que se encuentra a su lado. El nombre tríptico proviene del griego, de la palabra triptyche, que significa triple doblez. Normalmente, se relaciona la idea de tríptico con diferentes tipos de obras de arte, aunque también se pueden encontrar folletos, piezas mobiliarias y otros elementos con este formato.

Periodismo en Ecuador

Ecuador estuvo al tanto sobre los procesos de comunicación. Incluso desde inicios de los pobladores del país, ya existieron distintas formas de comunicación, igualmente en la forma mundial, se inició con la nemónica de signo y señales.

Principalmente en Ecuador, se iniciaron diferentes formas de comunicación orales. Después el uso de percusión como el tambor, para entablar diálogos a distancias largas. Las Venus de Valdivia son uno de los ejemplos, que, en la antigüedad, existían diferentes maneras de comunicación. Debido a figurinas halladas en la provincia de Santa Elena, Guayas, Los Ríos, Manabí y El Oro, cuyos objetos representaban un culto especial a la mujer y la fertilidad.

En Ecuador se celebra cada 5 de enero se conmemora el día del periodista ecuatoriano, en honor a la aparición del primer periódico del país llamado "Primicias de la cultura de Quito", publicado por uno de los próceres más destacados de nuestra nación,

Eugenio de Santa Cruz y Espejo.

De esta forma nació el periodismo en Ecuador, el mismo que ha ido avanzando según las nuevas tecnologías desarrolladas en las últimas décadas. Pero cabe destacar que el periodismo ha sobrevivido por la fuerza de los amantes a la información que se han valido del pensamiento crítico que coincide en una sola causa que es presentar las realidades del mundo contemporáneo.

El Congreso Nacional, el 29 de mayo de 1992, dictó el acuerdo que estableció la fecha del Día del Periodista Ecuatoriano.

Entre los periódicos locales de la ciudad de Loja tenemos los siguientes diarios de estudio:

Diario Crónica

Diario Crónica circuló por primera vez el 1 de noviembre de 1979. Sus fundadores, un grupo de intelectuales lojanos: Antonio Jaramillo (Director), Alfredo Jaramillo (Presidente) e Ismael Betancourt (Gerente), todos ellos educadores en el Colegio Bernardo Valdivieso y en la Universidad Nacional de Loja. La edición número uno la conforman 8 páginas en blanco y negro; su precio en ese entonces, un sucre.

Los fundadores desde un inicio presentaron como primera causa el servicio a la ciudadanía: para la defensa de los intereses de la comunidad lojana, la sociedad y la cultura. Estos propósitos constituyen el fundamental objetivo de los intelectuales de la vanguardia de Loja y los llevan a la cima de sus preclaros ideales.

El nombre original de este periódico, Crónica de la Tarde, en los ya largos años de su vida periodística, la experiencia ha conducido a uno nuevo: “Crónica, el Diario de Loja”. Desde el año 2008, la tecnología ha permitido que su contenido esté al alcance de más lectores, dentro y fuera del país, gracias a su sitio web www.cronica.com.ec y redes

sociales facebook/diariocronica y twitter/cronicaloja, además de su versión digital issuu.com/cronicaloja.

El periódico pasó a ser matutino, tras 35 años de circulación vespertino. Presentado la portada de la edición Nro. 8857, impresa el 2 de enero de 2014.

Diario La Hora-Loja

Diario La Hora inició sus publicaciones en Quito el 23 de agosto de 1982. Fundado por Galo Martínez Merchán, nació de la empresa periodística Gráficos Nacionales S.A., editora de los periódicos Expreso y Extra de la ciudad de Guayaquil.

Comienza su labor surgiendo frente a los viejos cánones, métodos y concepciones preestablecidos, dirigidos a conducir la opinión dentro de las estrechas perspectivas de una visión constreñida y limitada, encaminada casi siempre a eludir y no dar cabida a los procesos transformadores que reclama el país.

Difícil tarea a la que tuvo que verse obligado este diario que aspiraba a crear nuevas corrientes, ajenas a una habitual modalidad interpretativa de los sucesos, conforme una normativa convencional.

Es así como irrumpió contra sistemas que en el campo de la información habían limitado su periodicidad a un estereotipo por demás recurrente y reiterativo. Por ende, y para dar impulso a sus propósitos dentro de estos nuevos parámetros, adoptó el lema "La Hora de la Información Libre".

Cuando por razones empresariales, Galo Martínez Merchán cedió sus acciones a un grupo de inversionistas integrado por José Tobar y Tobar, Álvaro Pérez Intriago, Julio Ponce Arteta, Jorge Endara y Francisco Vivanco Riofrío, Editorial Minotauro, empresa editora de La Hora, inicia una transformación total que la ha llevado a un sitio preferente en el concierto periodístico nacional.

El 1 de agosto de 1992 se lanza el primer ejemplar de La Hora de Esmeraldas. Cinco meses después, el 7 de enero de 1993 se publica La Hora de Tungurahua. Un año más tarde, el 27 de enero de 1994, en Santo Domingo de los Tsáchilas, y también circula por primera vez un año después, el 9 de agosto de 1995 circula La Hora de Imbabura y Carchi ven sus propias ediciones simultáneamente. Después de 2 años y medio, es decir, el 12 de febrero de 1998 circula La Hora de Los Ríos. Mientras dos años después, el 9 de agosto del 2000 circula La Hora de Zamora Chinchipe. Siete años después, el 18 de octubre del 2007 circula por primera vez La Hora de Cotopaxi. Actualmente tienen sus publicaciones, con ediciones locales, y con información generada y recabada en sus regiones, sistema que le ha permitido al diario La Hora contar con aceptación de sus lectores. Tiene una circulación conjunta superior a los 100.000 ejemplares diariamente, y es el único medio impreso con tres plantas impresoras en tres diferentes regiones del país

Diario La Hora Loja circula por primera vez el 1 de agosto de 1997. Diario matutino fundado por Eduardo Vivanco, Ramiro Palacios, Francisco Vivanco. Se producen 14.950 ejemplares para cubrir el área de Loja y su provincia. Desde 1981 diario

La Hora circula a nivel nacional, con algunas regionales y con información de cada provincia. Con estas características el grupo empresarial empezó a realizar un estudio de mercado que los llevaría a fundar un diario nuevo y diferente en Loja, cubriendo el 80% de territorio ecuatoriano, a decir de Eduardo Vivanco, Gerente del diario “La Hora”. (Puertas, 2011).

f. METODOLOGÍA

El método cualitativo y cuantitativo, se aplicaría para conocer el proceso y fin de la investigación, permitiendo conocer sobre la realidad de las publicaciones realizados de los periódicos Diario La Hora y Diario Crónica pertenecientes a la ciudad de Loja, con el fin de canalizar la importancia y tratamiento que usan para difundir contenido cultural, debido a que Loja es considerada como la capital cultural del País.

1. Método Cuantitativo

Se aplicará en la recolección de datos obtenidos de los instrumentos al alcance para obtener información de las personas vinculadas con el tema de investigación. Principalmente se busca entrevistar a promotores culturales y las instituciones afines, para definir el planteamiento del tratamiento adecuado, que dan los periódicos de la ciudad de Loja, en la sección cultural.

En el presente proyecto se utilizará la Ficha de Análisis, para determinar las variables y hacer uso de un cuadro comparativo para cuantificar los resultados y comparar las diferencias y semejanzas. Permitiendo determinar el tratamiento adecuado que dan a la información y difusión de contenidos culturales. A través de la elaboración de la Ficha de Análisis se evidencia sobre la importancia que comunican a la ciudadanía, en referencia al contenido cultural y su aporte que fomentan los periódicos, al desarrollo cultural de la provincia de Loja.

Herramientas

Ficha de análisis de contenido

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos

singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior.

Tabla 1.

Indicador	Variables
Publicaciones diarias	<p>- Diario Crónica - Diario La Hora</p>
Fuentes que utiliza	
Naturaleza de la fuente	
Tratamiento de los contenidos	
Tratamiento de los contenidos	

Elaborado: Autor

Encuesta

Se denomina encuesta a las preguntas planteados con un fin u objetivo, definidos para distintos públicos, que darán respuestas similares. La encuesta ayuda a buscar consensos en referencia a un tema o temas planteados, es el hacer sentir de la ciudadana en textos que sirven de guía para percepción sobre temas, de los cuales su fin es buscar respuestas favorables, para solucionar problemas comunes.

Con los resultados obtenidos se puede definir un contexto claro sobre los objetivos y de igual manera la hipótesis, permitiendo comprobar y demostrar la importancia de la encuesta, porque se tiene definidos los públicos y así desarrollar conclusiones y recomendaciones que ayuden a los diarios de estudio.

Tabla 2.

Encuesta	Variables
¿Usted compra periódico en que forma?	- Casual - Diario - Semanal - Mensual
¿Qué periódicos compra en la ciudad de Loja?	- Diario Crónica - Diario La Hora - Otro
¿A qué sección se enfoca principalmente a leer?	- Deporte - Política - Cultura - Noticias en General
¿Usted piensa que Loja sigue siendo la capital cultural del país, demostrada a través de los periódicos?	- Sí - No
¿Cree que la sección de cultura en el periódico es la adecuada?	- Sí - No
¿Cómo piensa que ayudaría en aportar contenido a la sección cultural de los periódicos de la ciudad de Loja?	- Entrevistas a gestores culturales - Reportajes de la provincia de Loja
¿Por qué cree que no dan ampliación sobre el contenido cultural?	- Económico - Poca importancia

Elaborado: Autor

2. Método Cualitativo

El Método Cualitativo es empleado al momento de realizar la interpretación de los datos obtenidos en las encuestas y la ficha de análisis de contenido a realizar, ya que permite el desarrollo normal de la investigación y los objetivos planteados, en el cual se podría constatar sobre la importancia que dan importancia a la sección cultural de los periódicos de la ciudad de Loja y de qué manera influye en la sociedad.

Por lo tanto, es imprescindible la aplicación de las encuestas y fichas de análisis, para desarrollar minuciosamente, la interpretación de resultados cuantitativos y cualitativos, para el desarrollo normal de la investigación.

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Recursos Humanos:

El tesista

Director de la tesis

Directores y Editores de los diarios

Recursos Materiales

Material Bibliográfico (Internet) 20,50

Transporte 120,00

Copias 20,50

Levantamiento del texto 150,00

Impresión Tesis 200,00

Impresión de Ejemplares de Tesis 400,00

Varios Imprevistos 200,00

TOTAL GASTOS 1.111,00

Financiamiento

Los recursos para el financiamiento de la tesis estarán a cargo de los intereses de mi personería como elemento e instrumento indispensables para culminarla con mi titulación.

INGRESOS

Aporte personal 1.111,00

TOTAL INGRESOS 1.111,00

i. BIBLIOGRAFÍA

Calderón, T. (1990) La comunicación. Recuperado de <http://bit.ly/2dIxvHA>

Chila, A. (2016) Medios Impresos, Recuperado de <http://bit.ly/2ds6Trs>

Flores, C. (2014). Metodología de Investigación Cualitativa. (Tesis de Licenciatura en Pedagogía, Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán, Tegucigalpa.)

Guerrero, P. (2002). Antropología y Cultura. Una mirada crítica, a la identidad diversidad, alteridad y diferencia. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Jiménez, G. (s.f). La comunicación. Recuperado de <http://bit.ly/2drMpPo>

Leslie, W (2013). Antropología, Transmisión Cultural, Educación Social, Relato de vida. Recuperado de <http://bit.ly/1R7Hi3w>

Pernia, M (2014). Aportes Relevantes Tecnológicos De Los Medios Impresos. Recuperado de: <http://bit.ly/2dIKHfM>

Sinche N & Valdivieso K (2008). Historia del Periodismo Escrito y Radial en Loja. (Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica Particular de Loja). Recuperado de <http://bit.ly/2fx1UIH>

Vega, M (2015). “Estrategias comunicacionales aplicables a través de una campaña para fortalecer la identidad cultural de los pobladores de la parroquia Zumbahua del Cantón Pujilí” (Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Cotopaxi), Latacunga.

Universidad Nacional de Loja
Área de la Educación, el Arte y la Comunicación
Carrera en Ciencias de la Comunicación Social



Estimado lector, sírvase a contestar la siguiente encuesta con el único propósito que serviría para la elaboración del análisis cualitativo y cuantitativo sobre el análisis de los periódicos locales de la ciudad de Loja enfocado principalmente en la sección cultural. Sin duda, su colaboración es de mucha ayuda en el desarrollo del trabajo sobre la metodología de investigación a realizar, que sirven para fines académicos.

1.- ¿Usted compra periódico en que forma?

- Casual
- Diario
- Semanal
- Mensual

2.- ¿Qué periódicos compra en la ciudad de Loja?

- Diario Crónica
- Diario La Hora
- Otro

¿Por qué?

.....
.....
.....
.....

3.- ¿A qué se sección se enfoca principalmente a leer?

- Deporte
- Política
- Cultura
- Noticias en General

4.- ¿Usted piensa que Loja es la capital cultural del país, demostrada a través de los periódicos?

- Si
- No

¿Por qué?

.....
.....
.....
.....

5.- ¿Cree que la sección de cultura en el periódico es la adecuada?

Si

No

¿Por qué?

.....
.....
.....
.....

6.- ¿Cómo piensa que ayudaría en aportar contenido a la sección cultural de los periódicos de la ciudad de Loja?

.....
.....
.....
.....

7.- ¿Por qué cree que no dan ampliación de noticias al contenido cultural?

.....
.....
.....
.....

Gracias por su colaboración.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Área de la Educación, el Arte y la Comunicación Carrera en Ciencias de la Comunicación Social

Ficha de análisis de contenido, que sirve para el uso correcto de la recolección de datos, el mismo que se utilizaría para las anotaciones correspondientes a las fechas de estudio, tanto del Diario Crónica y Diario La Hora.

Modelo a utilizar paulatinamente:

Ficha de análisis de estudio

Indicador	Variables
Publicaciones diarias	- Diario Crónica - Diario La Hora
Fuentes que utiliza	
Naturaleza de la fuente	
Tratamiento de los contenidos	
Tratamiento de los contenidos	

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	vii
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS.....	viii
ESQUEMA DE TESIS.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	3
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. RESISIÓN DE LITERATURA.....	6
CULTURA.....	6
CULTURA ORGANICIONAL.....	8
COMUNICACIÓN.....	12
MEDIOS IMPRESOS.....	20
PERIODISMO EN ECUADOR.....	29
DIARIO CRÓNICA.....	30
DIARIO LA HORA-LOJA.....	31
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
f. RESULTADOS.....	37

g.	DISCUSIÓN.....	56
h.	CONCLUSIONES.....	59
i.	RECOMENDACIONES.....	60
	✓ PROPUESTA ALTERNATIVA.....	61
j.	BIBLIOGRAFÍA.....	72
k.	ANEXOS.....	76
	a. TEMA.....	77
	b. PROBLEMÁTICA.....	78
	c. JUSTIFICACIÓN.....	80
	d. OBJETIVOS.....	81
	e. MARCO TEÓRICO.....	82
	f. METODOLOGÍA.....	101
	g. CRONOGRAMA.....	104
	h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	106
	i. BIBLIOGRAFÍA.....	107
	INDICE.....	111