



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Identidad cultural en los contenidos digitales en Positiva TV de
Riobamba: representación y audiencia, periodo noviembre 2023 - junio
2024

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en
Ciencias de la Comunicación

Autor:

Mosquera Chichande, Emily Ninoska

Tutor:

Dr. C. Carlos Alberto, Larrea Naranjo Ph.D

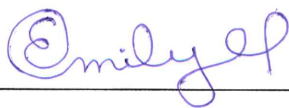
Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Emily Ninoska Mosquera Chichande, declaro que los contenidos presentados en este trabajo de investigación, titulado **“IDENTIDAD CULTURAL EN LOS CONTENIDOS DIGITALES EN POSITIVA TV DE RIOBAMBA: REPRESENTACIÓN Y AUDIENCIA, PERIODO NOVIEMBRE 2023 - JUNIO 2024”**, así como los resultados, análisis, conclusiones y recomendaciones, son de mi autoría. Cualquier información o texto proveniente de otras fuentes ha sido debidamente citado y referenciado.

Como autora de este trabajo, autorizo a la Universidad Nacional de Chimborazo a hacer uso de su contenido con fines académicos y de investigación.

Riobamba, 30 de julio de 2025.



Emily Ninoska Mosquera Chichande

C.I: 0850739772

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Dr. C. Carlos Larrea Naranjo Ph. D** catedrático adscrito a la **Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas**, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **Identidad cultural en los contenidos digitales en Positiva TV de Riobamba: representación y audiencia, periodo noviembre 2023 - junio 2024**, bajo la autoría de **Emily Ninoska Mosquera Chichande**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 30 días del mes de Julio de 2025.



Dr. C. Carlos Larrea Naranjo Ph. D

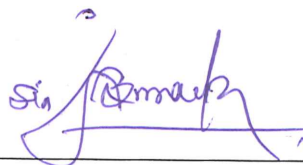
C.I: 0602156721

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

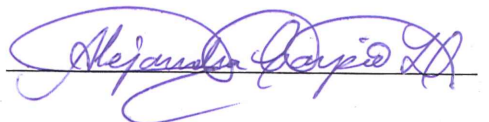
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **“Identidad cultural en los contenidos digitales en Positiva TV de Riobamba: representación y audiencia, periodo noviembre 2023 - junio 2024”**, presentado por **EMILY NINOSKA MOSQUERA CHICHANDE**, con cédula de identidad número **0850739772**, bajo la tutoría del **Dr. C. Carlos Larrea Naranjo Ph. D**; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 13 del mes de octubre del 2025.

Dr. /Phd. Julio Adolfo Bravo Mancero
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Msc. Alejandra Carpio Herrera
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Dr. /Phd. Ramiro Geovanny Ruales Parreño
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **MOSQUERA CHICHANDE EMILY NINOSKA** con CC: **0850739772**, estudiante de la carrera de **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVA**; ha trabajado bajo mi tutoría en el trabajo de investigación titulado “ **IDENTIDAD CULTURAL EN LOS CONTENIDOS DIGITALES EN POSITIVA TV DE RIOBAMBA: REPRESENTACIÓN Y AUDIENCIA, PERIODO NOVIEMBRE 2023 - JUNIO 2024** ”, cumple con el 3%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 30 de julio de 2025



Firmado electrónicamente por:
**CARLOS ALBERTO
LARREA NARANJO**
Validar únicamente con FirmaEC

Dr. C. Carlos Larrea Naranjo Ph.D
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este logro, con todo mi corazón, a Dios, por mostrarme cuán hermosos y perfectos son sus designios, incluso en los momentos más difíciles, donde me aferré a la fe, recordando que “la fe es la certeza de lo que se espera y la convicción de lo que no se ve” (Hebreos 11:1). Esta promesa fue mi guía constante.

A mis padres, Walter y Toti, por nunca abandonarme. A mis hermanas, Jennifer y Camila por ser mi ejemplo a seguir. A mis sobrinos, Gabriel, Alicia y Fiorella, por cada abrazo y por sus ocurrencias llenas de ternura que iluminaron mi camino durante la vida universitaria.

A todas las personas que me apoyaron y acompañaron a lo largo de este camino, gracias por su cariño, paciencia y respaldo. Espero, algún día, poder retribuir al menos una parte de todo lo que me brindaron. Aunque no pueda nombrar a cada una, ya que no alcanzarían las palabras ni las páginas, las llevo siempre en mi memoria.

Y a mis adoradas mascotas, Otto y Milu, por estar siempre a mi lado con su amor y ternura incondicional, especialmente durante las largas noches de desvelo, en las que su presencia fue mi mayor consuelo.

Con todo mi cariño y agradecimiento sincero.

Emily

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar este capítulo de mi vida con la dicha de tener a mi familia con vida, y porque hoy pueden ver que, finalmente, lo logré.

En primer lugar, agradezco a mi tutor, Carlos Larrea, por su valioso apoyo y orientación, que hicieron posible la realización de este proyecto de investigación. Pero, sobre todo, por su paciencia y comprensión en los momentos en que me invadieron la incertidumbre, la frustración y el temor ante aquello que aún no lograba comprender. Asimismo, sus palabras de aliento, recordándome que todo esto era un proceso que requería paciencia, me ayudaron a continuar con confianza y perseverancia.

A su vez, expreso mi gratitud hacia mis docentes y miembros de tribunal Ramiro Ruales, Alejandra Carpio y Julio Bravo, quienes me acompañaron desde los primeros semestres, tanto en modalidad virtual como presencial y hoy están presentes en mi última exposición. Cada clase impartida, cada tarea asignada y cada consejo brindado fueron fundamentales en mi formación, no solo académica, sino también personal. Llevaré siempre con gratitud y nostalgia todo lo que me enseñaron en este nuevo camino hacia la vida profesional.

De igual manera, expreso mi profundo agradecimiento a Radio Positiva TV por su valiosa colaboración en el desarrollo de este estudio y, de manera especial, al director de Radio Positiva y Positiva TV, Hugo Hidalgo, por su apertura y disposición al participar en la entrevista. Del mismo modo, reconozco con gratitud al danzante ancestral y gestor cultural de la provincia de Chimborazo, Oswaldo Huilcapi, cuyo aporte resultó fundamental para la construcción de esta investigación.

Con gratitud y cariño

Emily Ninoska Mosquera Chichande

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTI PLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN..... 16

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 18

1.1. Problema y justificación..... 18

1.2. Formulación del problema 19

1.3. OBJETIVOS 19

1.3.1. Objetivo General 19

1.3.2. Objetivos Específicos 19

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... 20

2. ESTADO DEL ARTE 20

2.1. MARCO TEÓRICO..... 23

2.1.1. Comunicación 23

2.1.2. Teorías de la Comunicación 24

2.1.3. Teoría Funcionalista 25

2.1.4. Teoría Antropológica Cultural 27

2.1.5. Medios de Comunicación..... 30

2.1.6. Medio Radial..... 30

2.1.7. Radio Positiva TV 32

2.1.8. Comunicación Cultural 32

2.2.	Cultura.....	33
2.2.1.	Elementos de la Cultura: Representación.....	35
2.2.2.	Identidad Cultural.....	37
2.2.3.	Importancia de la Identidad Cultural.....	39
2.3.	Comunicación Digital	41
2.3.1.	Periodismo Digital	42
2.3.2.	Redes Sociales.....	44
2.4.	Variables	45
2.4.1.	Operacionalización de variables.....	45
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....		47
3.	Metodología según el enfoque:	47
3.1.	Cualitativa	47
3.1.1.	Cuantitativa	47
3.2.	Metodología según la finalidad:.....	48
3.2.1.	Descriptiva	48
3.3.	Investigación según la finalidad:.....	48
3.3.1.	Investigación Aplicada.....	48
3.4.	Investigación según su diseño:	49
3.4.1.	Investigación No experimental.....	49
3.5.	Investigación según la fuente:	49
3.5.1.	Investigación Documental.....	49
3.6.	Población y muestra	50
3.6.1.	Población.....	50
3.6.2.	Muestra:.....	50
3.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
CAPÍTULO IV. RESULTADOS		56
4.1.	Análisis e interpretación de los datos.....	56

4.1.2. Análisis e interpretación de la encuesta	59
4.1.3. Análisis de entrevistas.....	73
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1. CONCLUSIONES.....	89
5.2. RECOMENDACIONES	90
CAPÍTULO VI. PROPUESTA	91
BIBLIOGRAFÍA.....	110
ANEXOS.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	45
Tabla 2 Matriz de análisis de contenido cualitativa de Radio Positiva TV- Facebook.	52
Tabla 3 Matriz de análisis de contenido cuantitativa de Radio Positiva TV- Facebook	53
Tabla 4 Análisis general de la matriz de análisis de contenido cualitativa de la red social Facebook de Radio Positiva TV	56
Tabla 5 Análisis general de la matriz de análisis de contenido cuantitativa de la red social Facebook de Radio Positiva TV.	58
Tabla 6 Distribución por edades de los encuestados en Riobamba (2024)	59
Tabla 7 Distribución por género de los encuestados en Riobamba (2024)	60
Tabla 8 Frecuencia de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV.....	61
Tabla 9 Frecuencia de consumo según el tipo de contenido digital de Radio Positiva TV	62
Tabla 10 Percepción de la identidad cultural de Riobamba en los contenidos de Radio Positiva TV	63
Tabla 11 Valoración de la representación cultural local en los contenidos digitales de Positiva TV	64
Tabla 12 Influencia de los contenidos de Radio Positiva TV en la percepción de la identidad cultural de Riobamba.....	65
Tabla 13 Aspectos de la identidad cultural de Riobamba deseados por los encuestados (2024) en los contenidos de Radio Positiva TV	66
Tabla 14 Influencia de la representación cultural de Radio Positiva TV en la identidad cultural de los jóvenes encuestados (2024)	67
Tabla 15 Participación de los jóvenes encuestados (2024) en los eventos culturales de Radio Positiva TV en plataformas digitales.....	68
Tabla 16 Nivel de satisfacción con la variedad de contenidos culturales de Positiva TV..	69
Tabla 17 Preferencias de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV	70
Tabla 18 Preferencia de la incorporación de contenido más interactivo en Positiva TV ..	71
Tabla 19 Sugerencias para mejorar la representación de la identidad cultural en los contenidos de Radio Positiva TV	72

Tabla 20	Matriz de análisis de la entrevista al experto en identidad cultural.....	73
Tabla 21	Matriz de análisis de la entrevista al experto del medio de comunicación.....	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución por edades de los encuestados en Riobamba (2024	59
Figura 2 Distribución por género de los encuestados en Riobamba (2024).....	60
Figura 3 Frecuencia de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV	61
Figura 4 Frecuencia de consumo según el tipo de contenido digital de Positiva TV.....	62
Figura 5 Percepción de la identidad cultural de Riobamba en los contenidos de Radio Positiva TV.....	63
Figura 6 Valoración de la representación cultural local en los contenidos digitales de Positiva TV	64
Figura 7 Influencia de los contenidos de Radio Positiva TV en la percepción de la identidad cultural de Riobamba.....	65
Figura 8 Aspectos de la identidad cultural de Riobamba deseados por los encuestados en los contenidos de Radio Positiva TV	66
Figura 9 Influencia de la representación cultural de radio Positiva TV en la identidad cultural de los jóvenes encuestados (2024)	67
Figura 10 Participación de los jóvenes encuestados (2024) en los eventos culturales de Radio Positiva TV en plataformas digitales	68
Figura 11 Nivel de satisfacción con la variedad de contenidos culturales de Radio Positiva TV	69
Figura 12 Preferencias de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV.....	70
Figura 13 Preferencia de la incorporación de contenido más interactivo en Radio Positiva TV.....	71
Figura 14 Sugerencias para mejorar la representación de la identidad cultural en los contenidos de Radio Positiva TV	72

RESUMEN

La presente investigación se centra en analizar cómo se representa la identidad cultural en los contenidos digitales difundidos por la Radio Positiva TV, así como el impacto que estos generan en jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba, durante el periodo de noviembre de 2023 a junio de 2024. La metodología empleada corresponde a un enfoque mixto, ya que se aplicaron matrices de análisis de contenido, tanto cualitativas como cuantitativas, a las publicaciones realizadas en la red social Facebook. Por otro lado, se realizaron encuestas conformadas por 14 preguntas dirigidas a jóvenes riobambeños. Adicionalmente, se llevaron a cabo entrevistas no estructuradas a un experto en identidad cultural y del medio de comunicación, lo que permitió obtener valoraciones profesionales e imparciales sobre la problemática planteada. Los resultados evidencian un bajo consumo cultural entre la audiencia juvenil, aunque determinados segmentos como “La Riobambeñidad” y el concurso “Diablo de Lata” lograron generar respuestas emocionales positivas. Asimismo, se identificó una participación limitada del público y una representación parcial de la diversidad cultural local. Ante estos hallazgos, se plantea la necesidad de fortalecer los contenidos culturales con un enfoque más inclusivo, crítico y participativo. Para ello, se elaboró un manual de estilo periodístico que sirva como herramienta para mejorar la representación de la identidad cultural en los medios digitales.

Palabras Claves: Identidad cultural, comunicación digital, contenidos digitales, diversidad cultural, juventud, participación, representación cultural.

ABSTRACT

This research focuses on analyzing how cultural identity is represented in the digital content disseminated by Radio Positiva TV, as well as its impact on young people aged 18 to 30 in the city of Riobamba, **from November 2023 to June 2024**. The methodology employed is a mixed-method approach, applying both qualitative and quantitative content analysis matrices to posts made on Facebook among young people in Riobamba. Those surveys, consisting of 14 questions, were also conducted. Additionally, unstructured interviews were conducted with an expert in cultural identity and the media outlet, which provided professional and impartial assessments of the problem at hand. The results reveal low cultural consumption among the young audience, although specific segments such as "La Riobambeñidad" and the "Diablo de Lata" contest managed to generate positive emotional responses. Limited audience participation and a partial representation of local cultural diversity were also identified. Given these findings, there is a need to strengthen cultural content with a more inclusive, critical, and participatory approach. To this end, a journalistic style manual was developed to serve as a tool to improve the representation of cultural identity in digital media.

Keywords: Cultural identity, digital communication, digital content, cultural diversity, youth, participation, cultural representation



Reviewed by:

Ms.C. Ana Maldonado León

ENGLISH PROFESSOR

C.I.0601975980

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios, los medios tradicionales han revolucionado la forma en que se comunican las culturas locales, convirtiéndose en espacios clave para la representación social y cultural. Por ello, en la actualidad, los medios de comunicación desempeñan un papel esencial en la sociedad, y su impacto se ve amplificado por el uso de herramientas tecnológicas que facilitan la creación y difusión de contenidos digitales de manera eficiente.

En el caso de Ecuador, particularmente en la ciudad de Riobamba, medios como la Radio Positiva TV han incorporado plataformas digitales para informar, interactuar y mantenerse cercanos a su audiencia. Sin embargo, a pesar del crecimiento de estas plataformas y su capacidad de alcance, persiste la incertidumbre sobre cómo se abordan los contenidos culturales. Esto plantea la necesidad de investigar si realmente sus publicaciones reflejan de forma auténtica la identidad cultural local o si, por el contrario, se reproducen discursos que invisibilizan ciertas expresiones culturales.

En este contexto, la identidad cultural forma parte fundamental de la realidad social, y su representación en los contenidos digitales influye directamente en la percepción y construcción del sentido de pertenencia. La preservación y difusión de la cultura resultan esenciales para fortalecer la identidad colectiva y garantizar su permanencia en el tiempo. Además, para la audiencia es crucial verse reflejada en los medios de comunicación, ya que esto fortalece los lazos comunitarios y genera un reconocimiento de sus raíces y expresiones. Por lo tanto, una representación positiva y diversa en los medios digitales no solo empodera a las comunidades, sino que también promueve la cohesión social y el respeto por las distintas formas de vivir.

De modo que, el papel de las radios al dar a conocer actividades culturales como festivales, exposiciones y celebraciones tradicionales, contribuye significativamente a la valorización del patrimonio cultural. Además de beneficiar a artistas y gestores, estas

iniciativas invitan a la participación ciudadana, promueven el reconocimiento y fortalecen la identidad de los miembros de las comunidades.

En definitiva, esta investigación es relevante porque permite identificar el rol que cumple Positiva TV en la promoción de la identidad cultural en Riobamba y contribuye al fortalecimiento de prácticas comunicativas más inclusivas y representativas, que servirán como insumo para futuras estrategias culturales, tanto para medios de comunicación como para instituciones educativas y gubernamentales.

La estructura que presenta el proyecto es la siguiente:

En el **Capítulo I**, se expone el planteamiento del problema, con el propósito de abordarlo y encontrar una solución mediante el cumplimiento del objetivo general y los objetivos específicos establecidos.

En el **Capítulo II**, se presenta el marco teórico, el cual está conformado por los postulados teóricos relacionados con la problemática.

En el **Capítulo III**, se describe la metodología de la investigación, especificando su tipo y finalidad, así como la población de estudio, el tamaño de la muestra y las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el **Capítulo IV**, se detalla el análisis, interpretación y discusión de los resultados obtenidos.

En el **Capítulo V**, se formulan las conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos.

Finalmente, en el **Capítulo VI**, se plantea la propuesta de investigación vinculada a la problemática abordada en el estudio.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Problema y justificación

La revolución digital ha generado un impacto sustancial en las formas de comunicación y difusión de información, obligando a los medios de comunicación tradicionales a adaptarse a un nuevo enfoque de proporcionar noticias a la audiencia, aprovechando las oportunidades que brinda el internet y las plataformas digitales.

Según Sierra & Silva (2019) indican que la comunicación digital se caracteriza por “proporcionar variedad de fuentes de investigación, motores de búsqueda rápidos, diversidad de redes sociales, herramientas de actualización permanente” (p.30)

La presente investigación tiene como objetivo analizar la representación de la identidad cultural en los contenidos digitales de la Radio Positiva TV durante el periodo de noviembre 2023 a junio de 2024, para identificar su impacto en la audiencia y en la construcción de la identidad cultural de los jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba.

En definitiva, la radio a analizar evidencia la falta de alcance en sus contenidos de promoción cultural, debido a la necesidad de publicar noticias “relevantes” o en tendencia que generen un mayor consumo en beneficio de la empresa perjudicando de forma significativa la adquisición e innovación de conocimientos culturales.

Por otro lado, cabe recalcar que esta tesis es de relevancia ya que permitirá analizar cómo los medios tradicionales, en especial la radio, han logrado adaptarse al uso de herramientas tecnológicas en la difusión de contenidos informativos. En este caso, se hace énfasis en el estudio del estilo periodístico en relación con la construcción de la representación e identificación cultural.

Es por ello que el tratamiento informativo cultural por parte de la Radio Positiva TV desempeña un rol fundamental, ya que, a través de los contenidos digitales que publica en

sus plataformas, se genera la oportunidad de construir una comunidad virtual interesada en los aspectos culturales, fomentando así la comprensión, preservación y valoración de la identidad cultural.

1.2. Formulación del problema

El problema de la presente investigación es: ¿Cómo impacta la representación de la identidad cultural en los contenidos de la Radio Positiva TV en los jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Analizar la representación de la identidad cultural en los contenidos digitales de la Radio Positiva TV durante el período de noviembre de 2023 a junio de 2024 para identificar su impacto en la audiencia y en la construcción de la identidad cultural de los jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar las estrategias comunicacionales empleadas por la Radio Positiva TV para representar la identidad cultural en sus contenidos digitales.
- Evaluar cómo las plataformas digitales de la Radio Positiva TV contribuyen a la preservación y promoción de la diversidad cultural en Riobamba.
- Elaborar un manual de estilo periodístico enfocado en la identidad cultural, con el objetivo de fortalecer la conciencia cultural entre los profesionales del periodismo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2. ESTADO DEL ARTE

Con la finalidad de elaborar el proyecto de investigación se realizó la búsqueda de artículos e investigaciones relacionados. En este sentido, se logró encontrar un artículo denominado “*Diseño de recursos didácticos en el rescate de costumbres y tradiciones. Elementos identitarios culturales*” el cual tiene similitudes con la presente investigación.

Para López, Ávalos y Solórzano (2021) la representación de la identidad cultural con el avance de la tecnología, poco a poco ha transformado las formas de expresión y manifestación de los elementos que componen e identifican a un pueblo, por lo cual, en su artículo con respecto a esta problemática manifiestan que:

Al igual que sucede en las metrópolis, los pueblos pequeños de América Latina también sufren el riesgo de perder la conexión con sus raíces. Las actividades que han surgido a lo largo de los años, transformándose en costumbres y tradiciones arraigadas, están en peligro debido a la rápida marcha del tiempo, la constante presencia de la tecnología, la influencia de hábitos extranjeros y la falta de recursos económicos destinados a preservarlas (p.489).

En este contexto, el tamaño de las ciudades no constituye un factor que influya directamente en la preservación de las raíces culturales, ya que las tradiciones y costumbres están en riesgo independientemente de ello. No obstante, la incidencia de los avances tecnológicos, los hábitos y creencias extranjeras, e incluso la inversión financiera destinada a la difusión cultural, son elementos que, si se emplean de manera inadecuada, pueden afectar significativamente su representación.

Por ende, este artículo permite abordar de forma exhaustiva el rescate de las costumbres y tradiciones, a partir de un enfoque centrado en la utilización de recursos didácticos como estrategia para preservar el legado cultural en el ámbito educativo. Es decir,

se propone una enseñanza orientada al fortalecimiento de los elementos identitarios culturales, reduciendo el riesgo de su desaparición. A través de la creación de herramientas didácticas, se busca además fomentar la representación y el sentido de identidad

De modo que, esta investigación contribuye significativamente a abordar la problemática central de Radio Positiva TV en torno a la preservación y representación de la identidad cultural. Al mismo tiempo, se destaca en su contenido que todas las personas poseen una cultura que las identifica y distingue, la cual, en muchos casos, es desconocida por las nuevas generaciones. Esto se debe, en parte, a las nuevas formas de comunicación vinculadas al entorno digital, que han provocado con el tiempo una pérdida progresiva del sentido de identidad cultural en la ciudadanía.

Mientras que, en el artículo denominado *“Cambios y continuidades en la transformación digital de los medios de comunicación peruanos. Análisis de las tesis peruanas sobre periodismo digital”* Angulo (2019) explica acerca de la convergencia cultural y digital en los procesos comunicativos:

La adaptación clave de las empresas de comunicación se conoce como convergencia digital, término implica de manera similar a una convergencia cultural, cambios en los métodos de producción y consumo de los medios. En este proceso, las audiencias participativas desempeñan un papel fundamental (p. 14).

Por ende, el término convergencia implica una transformación profunda en la forma en que las empresas de comunicación producen, distribuyen y consumen contenido, es decir, implica la adquisición de diversos servicios a través de una única plataforma, dado que, se refiere a la integración de tecnologías de comunicación tales como: la telefonía móvil, la televisión por internet etc. Por tal motivo se logra denotar el papel crucial que desempeña en la participación de las audiencias en torno a la cultura y su representación.

Por esta razón, este artículo resulta relevante para el presente estudio, ya que destaca el papel crucial que desempeñan las audiencias en el entorno comunicacional actual. Dado que, la convergencia digital ha transformado a la audiencia y en el caso específico de la red social Facebook, permite interactuar a través de múltiples reacciones que comunican el impacto de los contenidos digitales de Positiva TV en los usuarios, facilitando que las personas compartan sus opiniones, generen contenido propio y participen en conversaciones en tiempo real.

Para Guarnizo, Villaroel & Romero (2022) en su artículo cuyo nombre es: *“Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales”* se aborda la transformación digital del periodismo a partir de la implementación de las redes sociales y plataformas digitales como herramientas para informar y difundir acontecimientos de actualidad. Los autores expresan que:

La forma en que nos comunicamos actualmente ha cambiado nuestra sociedad. Nuestros gustos, pensamientos y metas se han visto afectados, volviéndonos más exigentes en lo que esperamos de la comunicación. Esto significa que los profesionales de la comunicación deben estar siempre preparados en un mundo que ha sido transformado por las tecnologías digitales. La adaptación constante es clave en este nuevo escenario comunicativo (p.362)

Por consiguiente, a través de la cita se evidencia que los profesionales de la comunicación deben estar preparados para adaptarse a un entorno marcado por los cambios tecnológicos, ya que hoy en día la forma en que nos comunicamos ha cambiado de manera radical, las plataformas digitales han reformulado los espacios tradicionales de interacción y ahora forman parte esencial del escenario comunicativo. Esto ha hecho que las herramientas digitales no solo complementen, sino que transformen por completo la manera en que compartimos información y construimos vínculos sociales.

En este sentido, un claro ejemplo de adaptación tecnológica lo representa Radio Positiva TV, que desde sus orígenes ha transitado por diversos formatos, pasando de los carretes y casetes, a los CDs, hasta llegar a la digitalización y automatización actuales. Esta evolución no solo evidencia una transformación técnica, sino que también ha repercutido directamente en la forma en que se representa y comunica la identidad cultural a través de sus contenidos.

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Comunicación

La comunicación es el proceso de intercambio de información, ideas y pensamientos a través de diferentes canales. Su objetivo es transmitir mensajes de manera precisa y no tergiversada entre un emisor y receptor cuyos roles se alternan debido a la retroalimentación existente en el proceso. Este intercambio bidireccional permite una interacción eficiente y comprensión efectiva del mensaje. Según Petrone (2021) en su artículo define a la comunicación como:

El proceso por el cual se envían y reciben datos, conceptos, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción. La comunicación es una parte fundamental de la sociabilidad. A través de ella, el hombre desarrolla y mantiene su identidad como ser destacado en la convivencia; fomenta la solidaridad social y la cooperación entre grupos (p. 1).

En este sentido el autor argumenta que la comunicación no es solo un medio para transmitir información, al contrario, es un proceso que promueve la convivencia armoniosa entre los miembros de una comunidad. Por lo tanto, contribuye a la resolución de conflictos y el apoyo recíproco entre individuos para mantener la cohesión social y desarrollo colectivo. Según Jaillier (2020) en su artículo con respecto a la definición de la comunicación manifiesta que:

La comunicación es como un acto de "común-acción" o "hacer común", que es la raíz latina de la palabra. En realidad, comunicar no se trata simplemente de transmitir información usando un lenguaje particular; va más allá de eso. Implica construir una comunidad, establecer conexiones sociales y desarrollar estructuras sociales con características específicas (p. 14).

De modo que, la comunicación es la base fundamental para la construcción de relaciones sociales, razón por la cual la transmisión de mensajes e información es crucial para formar vínculos y conexiones entre las personas. Dicho de otra manera, la comunicación es más que un proceso de transmisión de datos, todo lo contrario, se fundamenta en el intercambio de significados e interpretación mutua.

Asimismo, Restrepo (2019) profundiza que la comunicación es un proceso dinámico que permite a los individuos colaborar y crear una comprensión compartida, facilitando el avance de la sociedad. Además, posibilita la interacción humana, ya que a través de ella pueden construir colectivamente ideas y soluciones que beneficien a la sociedad en su conjunto (p. 4).

En efecto, la comunicación es un recurso indispensable que no solo se utiliza para establecer diálogos sobre acontecimientos y sucesos relacionados con la realidad de la vida, sino también para tratar temas abstractos como la cultura, los símbolos y sus significados. Por lo tanto, se evidencia la capacidad que tienen los seres humanos de expresar diferentes significados, ideas, emociones y conceptos.

2.1.2. Teorías de la Comunicación

Según Sánchez (2010) con respecto a la definición de las teorías de la comunicación manifiesta que:

Son suposiciones sobre cómo funciona algo en la realidad. De modo que, se crean teorías cuando nos encontramos con problemas o fenómenos que queremos entender.

Estas teorías describen la estructura de lo que estamos investigando y se basan en leyes y patrones para prever y explicar lo que podemos observar (p. 4)

Por consiguiente, las teorías de la comunicación son esenciales para lograr comprender y abordar los problemas que se presentan en los múltiples ámbitos de la vida. Su propósito se basa en lograr explicar el porqué de algunos fenómenos o acontecimientos y cómo se aplicarían las teorías en función del mundo real. Por tanto, son suposiciones cambiantes y no deben ser consideradas como una verdad absoluta.

De igual manera, Ladino (2017) en su artículo explica que las teorías de las comunicaciones se han desarrollado basándose en una variedad de enfoques conceptuales que provienen de distintas interpretaciones de la realidad, razón por la cual estas perspectivas dependiendo del tipo de estudio, pueden diferir y aportar un grado de subjetividad (p. 30).

Es decir, el autor mediante la cita busca explicar que las teorías de comunicación son construcciones complejas que se han desarrollado a partir de diversas perspectivas y conceptos sobre la realidad, las cuales se adaptan y modifican acorde al tipo de investigación en el que se aplica y es por este tipo de flexibilidad que las teorías tienen la capacidad de amoldarse al entorno comunicacional. En este contexto, la subjetividad es un elemento constante en la interpretación y aplicación de las mismas ya que puede ser entendida y utilizada de diversas formas levemente diferentes dependiendo de la visión o enfoque de la problemática.

2.1.3. Teoría Funcionalista

Con el propósito de analizar y comprender en su totalidad aquellos problemas y fenómenos de acuerdo a la organización de la sociedad en la que se desarrollan según Cadenas (2016) en su artículo manifiesta que:

El funcionalismo se relaciona con su percepción de la sociedad. La teoría funcionalista adopta siempre un modelo organicista de sociedad. En todas sus versiones, el concepto de función explica las relaciones entre un todo (organismo) y sus partes diferenciadas (órganos). La "necesidad" es el todo que requiere que sus partes realicen tareas diferentes para satisfacer necesidades específicas (p. 201).

En definitiva, los diferentes símbolos y signos son fundamentales para lograr interpretar los elementos lingüísticos y las relaciones con la percepción de la sociedad. Dado que, existe una gran variedad de formas de expresión cultural, es esencial analizarlas desde la perspectiva semiológica y la teoría funcionalista permitirá obtener conocimientos de diversas dimensiones en base a los hechos sociales.

Por otro lado, según Aparicio (2021) el funcionalismo propone un análisis aquí y ahora de las sociedades primitivas, sin tener en cuenta la historia. En contraste con la idea de supervivencia de los evolucionistas, indica que su persistencia en el entorno actual se debe a que han cambiado de funciones (p. 150).

De acuerdo con el autor la idea central del funcionalismo es la integración de elementos aislados, donde cada uno de ellos posee una función o rol específico que se encuentra relacionado con las demás partes. Es por ello que esta teoría representó un gran avance en el estudio del cambio cultural. Por ello, los funcionalistas dedicaran su trabajo a la investigación de campo para observar de forma directa la forma cómo las culturas propagan ideas y progresan entre ellas.

A su vez, Aparicio (2021) afirma que para el funcionalismo las partes o características de una cultura están interconectadas e integradas funcionalmente. Sin lugar a dudas, los antropólogos funcionalistas con su trabajo empírico y sincrónico constituyen un avance con respecto al evolucionismo y difusionismo en lo que respecta al cambio (p. 150).

De esta manera, se evidencian los principios fundamentales del funcionalismo en la antropología, que enfatizan que los elementos de la cultura se encuentran interrelacionados. Además, la recolección inmediata de datos en el campo permite profundizar a detalle en cómo las culturas cambian y se adaptan a los diferentes aspectos de la sociedad. De este modo, se resalta la importancia de observar y analizar a las culturas en su entorno actual.

2.1.4. Teoría Antropológica Cultural

El origen de la Antropología social o cultural, según Gómez (2010) en su artículo sostiene que:

Surgió de la necesidad de estudiar directamente las culturas humanas para superar las especulaciones sobre ellas, empleando una metodología cualitativa distintiva. Desde mediados del siglo XIX, se ha estudiado una amplia gama de sociedades o culturas en todo el mundo, lo que ha permitido a esta disciplina mejorar gradualmente la comparación intercultural (p.3).

En definitiva, la antropología cultural surgió con el objetivo de comprender mejor cómo viven las personas en las diferentes partes del mundo. Puesto que, muchas personas expresaban opiniones sobre otras culturas sin realmente conocerlas, lo que generaba ideas erróneas sobre ellas. Por ello, los antropólogos concluyeron que la clave para entender a los distintos grupos sociales es a través de la convivencia durante un tiempo determinado, comparando lo que observan de manera justa y buscando patrones que contribuyan a al entendimiento del ser humano en sociedad.

Por otro lado, Miller (2011) en su revista describe la antropología cultural como el estudio de las sociedades contemporáneas y sus culturas. Analiza las diferencias y similitudes entre ellas y cómo estas cambian a lo largo del tiempo. Los antropólogos culturales obtienen su conocimiento al vivir con las personas que investigan durante

largos períodos, permitiéndoles una comprensión profunda de sus modos de vida (p.10).

Tal como lo señala la autora la antropología cultural es una forma de estudiar cómo viven las personas. Por esta razón, los antropólogos conviven con los grupos de personas para conocer las costumbres, tradiciones y formas de vida, las cuales se caracterizan por ser cambiantes debido a la implementación de la tecnología en las formas de comunicación. Cuya convivencia tiene la finalidad de identificar las semejanzas y diferencias que comparten entre las culturas, minimizando el riesgo de realizar en suposiciones falsas.

Así mismo, Tuluá (2019) señala que la antropología cultural investiga la sociedad y las culturas humanas a través de la descripción y explicación, el análisis y la interpretación de las similitudes y diferencias culturales. Los antropólogos culturales realizan dos tipos de actividades: etnografía basada en el trabajo de campo y etnología basada en la comparación transcultural (p. 8).

De manera que, la teoría antropológica cultural, basada en los conceptos de los autores, es fundamental para comprender el sentido de las costumbres y tradiciones en la vida de las personas, así como la evolución de sus significados culturales. Por lo tanto, esta teoría permitirá obtener datos informativos sociales relacionados con los elementos como: signos, símbolos, costumbres y tradiciones reflejados en los diferentes contenidos digitales de Positiva TV con el objetivo de comprender los métodos, estrategias y enfoques culturales utilizados para fomentar la identidad cultural en la ciudadanía riobambeña.

Mientras que, Pérez (2023) define la antropología cultural como una disciplina que examina la cultura de una sociedad desde una perspectiva humana y variada. Esto incluye el estudio de los conocimientos, creencias, valores y prácticas que son comunes entre sus integrantes. En esta área, se pone énfasis en la forma en que las personas interpretan su entorno y cómo la cultura influye en sus pensamientos,

emociones y comportamientos. En resumen, esta disciplina se enfoca en la variedad cultural presente en el mundo y busca entender las diferencias y similitudes entre distintas culturas.

Por lo tanto, la antropología cultural permite identificar la diversidad humana desde una perspectiva cultural, la cual se basa en los múltiples valores y prácticas sociales fundamentales para el desarrollo funcional diario de una sociedad, ya que influyen directamente en la conducta y el comportamiento de los miembros de una comunidad. En otras palabras, los antropólogos actúan como detectives que buscan describir y explicar cómo funcionan las sociedades humanas, con el propósito de analizar y dar a conocer aquello que resulta “familiar” o nativo para una cultura específica y es completamente ajeno a la realidad del exterior, o viceversa. Es decir, proporciona una visión empírica con fundamentos teóricos culturales.

En este sentido, con el objetivo de recopilar datos sobre las costumbres, tradiciones y prácticas culturales que se manifiestan y desarrollan en el entorno digital, es fundamental considerar uno de los métodos principales utilizados en la antropología: la etnografía.

Según Tuluá (2019) “la etnografía proporciona una descripción de un grupo, una sociedad o cultura particulares. Durante el trabajo de campo el etnógrafo recoge datos que luego organiza, describe, analiza e interpreta para construir y presentar esa descripción” (p. 8).

De manera que, la etnografía digital en la investigación es crucial para el estudio de la identidad cultural en los contenidos de Positiva TV de Riobamba, ya que mediante este método de investigación es posible identificar las percepciones, opiniones y experiencias de la audiencia con respecto a la forma en cómo las dinámicas culturales y sociales se expresan a través de los contenidos digitales, permitiendo un análisis exhaustivo de las estrategias comunicacionales empleadas por la Radio Positiva Tv y su influencia en la ciudadanía.

2.1.5. Medios de Comunicación

Los autores Barón, Duque, Mendoza & Quintero (2021) en su artículo hacen referencia a Manuel Castells quien, al hablar de la categoría de medios de comunicación de masas, destaca que los medios sociales son una incorporación reciente al ámbito público de la comunicación. Hasta hace poco, este espacio estaba dominado en su mayoría y casi en su totalidad por los medios de comunicación tradicionales (p.8).

Por lo tanto, los medios tradicionales se han visto en la necesidad de adaptarse a las nuevas formas en que la sociedad consume información, lo cual implica el uso de herramientas tecnológicas, con la finalidad de aprovechar las ventajas que brindan los nuevos formatos digitales y sobre todo destacan por la interacción que ofrecen a los usuarios, ya que involucran activamente a la audiencia, permitiéndoles desempeñar un rol activo al ser capaces de expresar sus ideas y opiniones.

2.1.6. Medio Radial

Según UNEMI Online (2019) la radio “es un medio de comunicación que tiene una gran influencia en toda la población, permitiendo a los periodistas informar e interactuar con la sociedad de una manera menos formal” (p.5).

Para Rodero & Blanco (2020) la importante contribución que la radio ha tenido en situaciones de crisis o de emergencia se debe principalmente a dos factores, uno interno otro externo. El interno son las propias características de la radio como medio, mientras el externo sería la percepción positiva o el impacto psicológico que genera en los oyentes. Por tanto, una de las razones tiene que ver con el propio medio mientras la otra se refiere a su audiencia (p. 196).

En definitiva, la radio destaca entre los demás medios de comunicación por su capacidad de respuesta ante una situación de crisis, ya que no necesita electricidad, por lo tanto, puede llegar a lugares remotos. Además, las personas sienten un mayor nivel de

confiabilidad en el medio radial en cuanto a la verificación y contrastación de las fuentes de información frente a los diversos acontecimientos que ocurren en la vida cotidiana.

También, Rodero & Blanco (2020) describen a la radio como “el medio más universal. La radio fue el primer medio de comunicación de masas y todavía es el más utilizado en el mundo, alcanzando a un mayor número de personas”(p. 196).

En este contexto, los autores hacen referencia a que la radio es accesible para todas las personas y su uso no requiere de habilidades especiales. Su impacto en la historia de los medios de comunicación radicó en su capacidad de alcance y en la transformación de las formas de transmitir la información y entretenimiento. En la actualidad, su persistencia y adaptabilidad frente a los avances tecnológicos ha sido cruciales para mantenerse vigente.

Por consiguiente, según Merayo (2000) afirma que la radio no debería limitarse a ser solo un medio de comunicación. Debería ser también un espacio donde se desarrollen identidades culturales a través de enfoques críticos. Es esencial que la participación social sea un pilar fundamental de la radio, cuya función educativa no puede ser ignorada al informar, promover y defender los intereses de la comunidad. Asimismo, debe involucrarse en las costumbres culturales y sociales, así como en las prácticas políticas de la sociedad (p.5).

Por esta razón, la radio debe fomentar el desarrollo de la diversidad cultural en sus contenidos mediante un enfoque crítico que aborde la realidad de los distintos grupos sociales. Asimismo, el nivel de participación e interacción debe ser la base para la formación de una comunidad virtual en las plataformas digitales. De este modo, más allá de ser un medio de comunicación de masas, debe convertirse en un espacio donde las personas contribuyan a la preservación de las tradiciones y costumbres, en beneficio de los grupos históricamente marginados y excluidos. Así, la programación debe ser diversa y transmitir un mensaje que haga un llamado a la conciencia social y cultural.

Pérez, Gómez & Marín (2021) en su artículo explican estrategias para la creación de contenidos:

La posibilidad de fusionarse con otras formas de medios para ampliar su alcance, experimentar e innovar a través de nuevos medios de comunicación, conectarse con diferentes actores de la sociedad, responder a las diferencias culturales, religiosas o políticas y replantear una "regeneración" de la radio educativa a partir de la creatividad y sus propios recursos expresivos (p. 98).

De modo que, los autores plantean al medio radial como un medio que posee múltiples oportunidades para poder ofrecer a la sociedad contenidos informativos y de entretenimiento de forma dinámica. La evolución de las formas de comunicación permite ampliar el impacto de este medio, el cual debe adaptarse de forma constante a las necesidades, preferencias y demandas cambiantes de la sociedad para renovar su potencial en el entorno educativo.

2.1.7. Radio Positiva TV

Con respecto a la definición e identidad de la Radio Positiva TV, en su sitio web de denomina como una radio pensada trabajada y automatizada sin pausas, con música continua “la radio con tu música”. Cabe mencionar se caracteriza por generar múltiples segmentos digitales culturales, los cuales son transmitidos en su página de Facebook y fomentan de forma innovadora eventos, noticias, concursos y acontecimientos relevantes relacionados con las tradiciones y costumbres representativas de la cultura de Riobamba.

2.1.8. Comunicación Cultural

De acuerdo con Rivadeneira (1997) hoy en día, hablar de comunicación cultural implica hablar de un universo complejo que se ve afectado por los efectos de la globalización en la economía, la política, la tecnología, la educación y las

comunicaciones tradicionales. La idea principal es que la sociedad es vista como una fuente constante de mensajes de diversa naturaleza en todo el mundo (p. 103).

En este contexto, el autor indica que la comunicación y cultura no pueden ser abordadas de forma separada ya que no es un proceso simple o unidireccional, sino que participan diferentes elementos y factores. Al mismo tiempo, el papel que desempeñan los medios de comunicación ha convertido a la comunicación cultural más dinámica, multidireccional y compleja.

2.2.Cultura

La cultura cumple un rol fundamental en la antropología, ya que incluye aspectos tales como: costumbres, tradiciones y creencias, elementos que forman parte de la identidad cultural del ser humano. Por ende, cada sociedad posee una cultura única compuesta por signos y símbolos. Según Araiza, Araiza & Medécigo (2020) expresa que:

La cultura no se consideraría como un conjunto de costumbres, representaciones, organizaciones y métodos que conforman a grupos específicos, sino como todo el espacio físico, social y simbólico que es el mundo, donde se establecen relaciones de poder de diversas formas y niveles, y donde el discurso desempeña un papel importante (p. 69)

De ahí que, los autores proponen que la cultura no se limita simplemente al campo de las costumbres y tradiciones en cambio, debe adoptarse el significado en base a las relaciones e interacciones que se construyen entre los individuos de una sociedad. Se evidencia el rol fundamental que cumple el discurso en los diferentes aspectos de la realidad la cultural.

Así mismo, Araiza Díaz et al., (2020) define a la cultura como un conjunto de articulaciones, en las que intervienen lo natural y lo social. No es solamente una instancia humana observable. Más aún, si pensamos que la cultura está en los objetos,

podemos caer en la tentación de asumir que hay una alta cultura y una cultura popular.

O que hay culturas avanzadas y culturas primitivas. Las tendencias más actuales en antropología asumen que la cultura es el lugar de las relaciones que los seres humanos mantienen con otros seres humanos y con objetos de su entorno (p. 68).

Por ende, mediante esta definición se logra evidenciar la complejidad y divergencia que implica el concepto de “cultura”, ya que las interrelaciones en los diferentes aspectos de la vida cotidiana de las personas permiten reconocer las múltiples expresiones culturales. En efecto, la cultura abarca tanto elementos tangibles como intangibles, cuya evolución y cambio son constantes, ya que los elementos que la integran inciden en el lugar o entorno donde se relacionan los múltiples grupos étnicos culturales.

También Escudero, Trujillo & Perez (2019) en su artículo mencionan en su artículo el surgimiento del término cultura:

La cultura, desde una perspectiva antropológica y descriptiva, abarca un conjunto de creencias, costumbres, leyes, conocimientos y expresiones artísticas, además de objetos materiales, herramientas y artefactos que caracterizan y diferencian a los miembros de una sociedad de aquellos de otras comunidades (p. 175).

En este sentido, la cultura comprende todas aquellas prácticas y tradiciones que hacen única y diferente a una sociedad en comparación con otros grupos. Por lo tanto, contribuye a la identidad cultural de las personas que pertenecen a un grupo determinado, razón por la cual la cultura es compleja y diversa, conformada por sistemas únicos de vida y formas de pensar compartidas entre los miembros de una comunidad.

Al mismo tiempo, Escudero et al., (2019) La cultura que destaca el uso de símbolos como una característica única de la vida humana: las personas crean y comparten significados no solo mediante el lenguaje, sino también a través de obras de arte, objetos materiales y acciones que les confieren sentido (p. 175).

Los autores enfatizan que los seres humanos no se limitan a la comunicación verbal; al contrario, tienen la capacidad única de poder expresarse mediante la creación y el uso de símbolos, evidenciando los diversos canales disponibles para transmitir significados simbólicos de objetos físicos o ideas abstractas. Así, desde esta perspectiva, la cultura puede considerarse un sistema complejo de símbolos y significados expresados de múltiples maneras.

Por otra parte, un caso de estudio que ilustra el uso de los símbolos en la cultura en el Ecuador es el “Inti Raymi” (la fiesta del sol) en quechua, celebrada por las comunidades indígenas, cuya tradición está compuesta por diferentes elementos simbólicos desde: rituales, ofrendas, danzas, ofrendas y la vestimenta, donde cada uno de ellos comunican un significado cultural único y profundo que simbolizan la conexión y gratitud con la Pachamama (tierra). Por lo cual, esta tradición demuestra cómo los seres humanos utilizan múltiples elementos y expresiones culturales para mantener y transmitir su identidad.

2.2.1. Elementos de la Cultura: Representación

Giraldo & Largo (2020) mencionan que existen elementos fundamentales para el desarrollo de la comunidad, como su historia, la pervivencia de la cultura, saber ancestral, la participación comunitaria, el territorio, la justicia, la salud, el medio ambiente y la educación propia, que es el conjunto de conocimientos del pueblo que se construye desde su avance y costumbre que se transmite de generación en generación (p. 179).

Según la definición del autor, la importancia de los elementos culturales radica en que permiten el desarrollo sostenible de la sociedad. Puesto que, mediante la participación y convivencia de los miembros de una comunidad, se logra construir y mantener la identidad cultural, lo cual fortalece cada uno de los elementos y asegura la preservación a largo plazo de las prácticas tradicionales a través de generaciones.

Mientras que, Hadechini, García y Siamancas (2020) sostienen que es necesario fomentar elementos y estrategias que aseguren la preservación de la memoria e identidad cultural, ya que aunque en los archivos históricos se encuentra información amplia y suficiente sobre la historia, localización, demografía, territorialidad, representación y cultura, es necesario promover elementos e estrategias que garanticen la preservación de la memoria e identidad cultural (p. 97).

De este modo, las estrategias comunicacionales son imprescindibles para la preservación y difusión de la cultura a través de contenidos digitales. En este contexto, la información de documentos y archivos históricos también es fundamental para la transmisión constante de la diversidad cultural, con el objetivo de minimizar el riesgo de la pérdida cultural. Por tal razón, es preciso inculcar en las mentes de los jóvenes las prácticas, costumbres y tradiciones valiosas que conforman el patrimonio intangible de la identidad cultural de las comunidades y grupos étnicos.

Por otra parte, Miller (2011) afirma que la cultura se fundamenta en símbolos; desde nuestras rutinas diarias como el desayuno y los saludos a los amigos, hasta actividades como ganar dinero, crear arte o practicar nuestra religión, todo está basado y organizado en torno a ellos. Un símbolo puede ser un objeto, una palabra o una acción con un significado culturalmente definido, que representa algo con lo cual no tiene una conexión natural o necesaria. Los símbolos son arbitrarios no están intrínsecamente ligados a lo que representan, impredecibles y variados (p.23).

En efecto, los símbolos se encuentran presentes en todos los aspectos de la vida, razón por la cual la cultura se basa en ellos, que pueden ser desde objetos, acciones y palabras. En este contexto, Miller sostiene que los símbolos implican en su gran mayoría de aquello que se considera “natural”. Por ello, su significado varía dependiendo del contexto cultural y son la base de la organización, realidad e interacción social.

2.2.2. Identidad Cultural

La construcción de identidad cultural es fundamental para lograr fomentar la representación de las mismas en las personas que forman parte de una comunidad en la era digital a través de la difusión de contenidos digitales, razón por la cual es necesario establecer el concepto de este término.

En este contexto, según Pomaquero, Furió & López Yuquilema (2020) definen en su artículo a la identidad cultural de la siguiente forma:

Conjunto de manifestaciones que engloba la identidad cultural latinoamericana, se contemplan las creencias, los, ritos, costumbres, tradiciones orales, celebraciones, música, lengua, símbolos, danza, y demás particularidades, que un individuo siente como suyas y que lo vinculan a un grupo social. Para ilustrar como un rasgo de identidad cultural construido a partir de las experiencias y evolucionado en su momento (p. 9).

Por ende, mediante esa cita se logra denotar la diversidad de elementos y componentes que conforman y la identidad cultural haciendo énfasis en el hecho de que el patrimonio cultural es complejo el cual proporciona un sentido de conexión, pertenencia y vínculo entre los miembros de una comunidad, los cuales respetan y valoran cada una de las diferencias que existen debido a la diversidad de tradiciones y costumbres que enriquecen el legado ancestral cultural.

De igual forma, Navarro (2022) se refiere a la identidad cultural como “Un sentimiento de pertenencia a un grupo social con el que se comparten tradiciones, valores y creencias culturales. La identidad se forma tanto a nivel individual como colectivo y se nutre constantemente de influencias externas, razón por la cual este concepto está vinculado a un territorio específico y emerge a través de la reafirmación y la oposición”(p. 111).

Se enfatiza que la identidad cultural implica un nivel emocional que puede ser expresado y sentido ya sea por un individuo como por un grupo social o colectivo. Por esta razón, las personas que forman parte de un grupo social determinado comparten costumbres, tradiciones y valores culturales, ya que su construcción se basa en la interrelación con otros. En consecuencia, la identidad es un fenómeno trascendental complejo donde las culturas forman vínculos de intercambio con conexiones emocionales y psicológicas influyentes.

Igualmente Hadechini et al., (2020) definen al término identidad cultural como el “conjunto de características y rasgos culturales distintivos que identifican a un grupo étnico y se expresan mediante el sentido de pertenencia, costumbres, manifestaciones culturales, creencias, prácticas, conocimientos y habilidades que lo distinguen de otros grupos étnicos” (p.100).

Ciertamente, el autor explica con un enfoque antropológico los elementos que distinguen a los grupos étnicos, cuyo sentido de pertenencia permite identificar múltiples aspectos intangibles que diferencian y complementan a los grupos culturales, los cuales forman parte del patrimonio cultural. Por ende, la identidad cultural se basa en la combinación de diversos rasgos y componentes que, al expresarse, constituyen un todo.

Por lo cual, según Escudero et al., (2019) la identidad de una comunidad se forma a través de la interacción de sus miembros tanto entre ellos como con otros. Los seres humanos son sociales por naturaleza. Nadie nace, crece, se desarrolla y muere en completa soledad. La interacción con los demás es esencial para la construcción de una identidad sólida, ya que permite confrontar, converger y divergir con otras personas, ideas, valores, creencias y formas de pensar, ser y actuar distintas a las nuestras (p. 177).

Desde esta perspectiva la formación de la identidad cultural se realiza entre los miembros de una comunidad y las personas externas a ella, evidenciando la naturaleza social

de los seres humanos quienes son incapaces de vivir en aislamiento completo. Por ende, la interacción social es fundamental para construir, consolidar y fomentar una identidad cultural sólida y dinámica en una comunidad.

2.2.3. Importancia de la Identidad Cultural

Con respecto a la importancia de la identidad cultural en los grupos sociales Tesén & Ramírez (2021) afirman que la identidad cultural es importante para el desarrollo de un pueblo, comunidad, familia u otro grupo sociocultural; facilita el diálogo y la interacción democrática, lo que motiva la buena práctica de valores promoviendo una cultura de paz (p. 52).

Por consiguiente, la identidad cultural contribuye al entendimiento entre los pueblos, y comunidades motivando al bienestar. Por ende, se convierte en una herramienta activa para la interacción equitativa y progreso social ético entre los miembros de una comunidad. La comunicación es el pilar para la creación de sociedades interculturales, democráticas, razón por la cual, el diálogo cumple con un rol positivo y constante ya que, no se basa solo en los elementos intangibles que conforman el patrimonio inmaterial de una cultura, al contrario promueve la resolución de conflictos entre los grupos.

2.2.4. Interculturalidad

Quichimbo et al. (2022) sostienen que la interculturalidad abarca las diferencias entre culturas, etnias, nacionalidades y pueblos, incluyendo la integración social, las costumbres, las vestimentas y las comidas típicas de cada cultura. Esto también incluye la cosmovisión y las lenguas nativas y ancestrales. Esta rica herencia es fundamental para el bienestar de las diferentes nacionalidades y pueblos y se sostiene sobre el respeto a la diversidad cultural de cada etnia (p. 39).

En otras palabras, la interculturalidad permite identificar y abordar la diversidad de elementos que distinguen a un pueblo, comunidad y sociedad por su cultura, nacionalidad,

etnia, tradiciones, costumbres. Así pues, la integración e inclusión es imprescindible para lograr comprender y construir un sentido de pertenencia e identidad cultural. Por ende, no se basa solo en la existencia de diversas culturas en un mismo entorno, también deben coexistir de manera respetuosa y establecer vínculos de relación e interacción.

Por ello, tiene como objetivo principal preservar el legado y pasado de los pueblos ya que, la diversidad cultural contribuye al bienestar colectivo. Sin embargo, la interculturalidad requiere de la implementación y creación de espacios de diálogo y reconocimiento de las diferentes culturas minoritarias.

2.2.5. Contenidos Culturales

Vaquerizo (2020), en su artículo sobre los medios de comunicación y contenidos culturales afirma que:

En la actualidad, la interacción entre la cultura y la comunicación se caracteriza por una mezcla entre lo local y lo global, así como una mezcla entre la tecnología y los medios. Esto se traduce en la creación y consumo de contenidos culturales envueltos en dinámicas transmedia y utilizando dispositivos cada vez más avanzados (p. 50).

En este sentido, la relación entre cultura y comunicación hoy en día evidencia mayor interacción, impulsada por el avance de la tecnología y las nuevas formas de comunicación. Las narrativas en las múltiples redes sociales y plataformas digitales han ampliado el alcance y la accesibilidad a los contenidos culturales publicados en diferentes formatos. Las nuevas formas de consumo cultural contribuyen a la formación de comunidades virtuales con rasgos e identidades culturales representativas.

Según Castells (1996, como se cita en Vaquerizo, 2020) “la dominación de la identidad cultural está vinculada a los intereses económicos y políticos y se reproduce “(p. 54).

Es decir, los intereses de poder económicos y políticos influyen de forma directa en la construcción y perpetuación de la identidad cultural de una sociedad. Puesto que, dependiendo de la promoción y difusión en beneficio de las élites, así será su permanencia y consolidación social. Asimismo, en el entorno político, las identidades culturales han sido manipuladas mediante el uso del poder para promover fines políticos.

2.3.Comunicación Digital

La comunicación digital para Álvarez & Illescas (2021) es una ramificación de la comunicación social que facilita la interacción instantánea entre los medios de comunicación y el público. Se centra en que cada individuo crea y comparte mensajes en los medios digitales con el objetivo de aumentar la comercialización o la importancia de cada una de sus actividades económicas, culturales o individuales (p. 3).

De esta manera, la comunicación en la era digital ha evolucionado significativamente con la llegada de las redes sociales y la inteligencia artificial. Estas herramientas en la permiten actualmente el intercambio de procesos y estrategias comunicacionales de forma optimizada, gracias a la implementación de nuevas tecnologías que automatizan, personalizan y, sobre todo, recopilan datos e información que contribuyen a la revolución de las formas de interacción inmediata entre las personas en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana.

De igual forma, Sierra & Silva (2019) señalan que la comunicación en la era digital “se caracteriza por 'proporcionar una variedad de fuentes de investigación, motores de búsqueda rápidos, diversidad de redes sociales y herramientas de actualización permanente que permiten a las empresas conectarse con sus clientes y difundir todo tipo de contenido” (p. 30).

Por lo tanto, la fusión entre la comunicación y la tecnología ha generado un avance significativo en el comportamiento de la sociedad, ya que hoy en día cooperan de manera sinérgica a través de diversas herramientas y técnicas, fomentando así un cambio social digital. De este modo, los autores respaldan de forma positiva la complementación de los avances tecnológicos en los contenidos de los medios de comunicación tradicionales, ya que de esa forma es posible mantener una comunicación multidireccional y, sobre todo, la difusión de un contenido dinámico a la audiencia.

2.3.1. Periodismo Digital

En la actualidad, la implementación de múltiples herramientas y aplicaciones tecnológicas ha cambiado por completo los procesos comunicativos de la humanidad, permitiendo así la evolución y transformación de las diferentes formas de transmitir sucesos o acontecimientos de manera inmediata. Además, estas tecnologías facilitan la contrastación de fuentes y la verificación de su credibilidad.

Es por ello que, los autores Pérez, Gutiérrez & López (2020) definen al periodismo digital como la utilización de tecnologías digitales avanzadas o emergentes en diversas áreas del periodismo, con el objetivo de mejorar la experiencia y el proceso. Por ello, dentro de este campo de periodismo avanzado, se engloban enfoques y tendencias periodísticas como el periodismo aéreo con drones, el periodismo inmersivo utilizando vídeo de 360 grados y realidad virtual, así como el periodismo automatizado o asistido por robots. También se incluye la producción y aplicación de tecnologías como la realidad aumentada en el ámbito periodístico (p. 134).

Evidenciando de esta forma la capacidad de adaptación e inmersión de las tecnologías en el ámbito periodístico, ya que, con la evolución del internet y la aparición de las redes sociales, hoy en día se ha logrado automatizar y optimizar cada una de las estrategias de comunicación implementadas en cualquier ámbito periodístico. De ahí la

importancia del uso ético de estas tecnologías, como una oportunidad de explotar sus beneficios y ventajas frente a la competencia, la cual tiene como objetivo la misma audiencia. Por ende, es crucial innovar en la manera de promover un producto o servicio.

Por otro lado, Antunish (2021) menciona que “Con el ingreso de Internet a Ecuador, tanto las audiencias como los medios tuvieron que modificar la forma en que se consumía y presentaba la información”(p. 291).

En consecuencia, los medios de comunicación tuvieron que adaptarse a las nuevas maneras de consumo y presentación de los contenidos. Las redes sociales y plataformas en línea permitieron a las audiencias ecuatorianas informarse de forma inmediata y en tiempo real acerca de los acontecimientos a nivel local, nacional e internacional. La interactividad es uno de los factores diferenciadores de los medios tradicionales ya que permite la retroalimentación y participación de las personas. La digitalización del contenido fomenta la implementación de recursos tales como: imágenes, videos e infografías en las publicaciones, de modo que la información sea atractiva y fácil de comprender.

También Antunish (2021) manifiesta que la irrupción de Internet en el mundo cambió la forma en la que se presentan y consumen las noticias. Así, apareció el periodismo digital y modificó para siempre las salas de redacción de los medios de comunicación (...) es importante precisar que aquellos medios de comunicación, ya sea de prensa, radio o televisión, que trasladaron su contenido a una página web, son los denominados medios migrantes digitales, mientras que aquellos emprendimientos comunicacionales que arrancaron sus operaciones en Internet son denominados nativos digitales (p. 293).

Razón por la cual, la revolución digital en el ámbito periodístico ha modificado los procesos del manejo de la información, específicamente en la redacción, personalización y acceso a la información en línea. En este sentido, las nuevas herramientas digitales y su

integración con los equipos tradicionales representan uno de los principales desafíos para los periodistas y profesionales de la comunicación, debido a la necesidad e incluso obligatoriedad de una rápida adaptación en el manejo de las plataformas digitales.

En el entorno digital actual, el rol del periodista es complejo debido al exceso de información presente en redes sociales y sitios web, caracterizado por la falta de contrastación y verificación previa a la publicación, lo que genera desinformación en la audiencia y tergiversación del mensaje. Por ello, es imprescindible el manejo adecuado de las fuentes de información.

2.3.2. Redes Sociales

Según Villegas & Castañeda (2020) las redes sociales en línea “como un fenómeno de amplio alcance y un entorno interactivo en Internet, brindan a disciplinas como el diseño la posibilidad de crear una variedad de productos en sus diversas categorías” (p. 263).

De modo que, las plataformas y aplicaciones digitales han tenido un impacto significativo, dinámico e interactivo en el ecosistema digital que nos rodea, ampliando los métodos de establecer vínculos entre las personas mediante el internet, sin importar la distancia geográfica o la zona horaria. Por lo tanto, es necesario destacar su capacidad de almacenar grandes cantidades de datos informativos de los usuarios y difundir contenidos digitales interactivos, lo cual permite identificar el alcance, comportamiento en línea y preferencias de la sociedad en red.

Por otra parte Álvarez & Illescas (2021) sostiene que las redes sociales son más que un medio de comunicación y una herramienta para la creación de contenido en el lugar de trabajo. Además, se ha demostrado que, durante la pandemia, han sido de gran ayuda para los nuevos emprendedores y empresas que buscan establecerse y obtener reconocimiento por su producto o marca a pesar de sus bajos costos.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental que actúa como un nexo crucial en la formación de comunidades en línea, permitiendo a los trabajadores y empresas responder de forma eficaz y eficiente a los mensajes, publicar información y obtener un mayor alcance, llegando así a un público más amplio. Cabe mencionar que la pandemia evidenció aún más la importancia de las redes sociales en el ámbito laboral, ya que, en teoría, lo que no se publica no existe. Por esta razón, las plataformas sociales son indispensables para el establecimiento y crecimiento de un negocio.

2.4. Variables

Variable independiente: Identidad Cultural en los medios digitales de Riobamba

Variable dependiente: Representación y Audiencia: Contenidos digitales de la Radio Positiva TV.

2.4.1. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Variable Independiente Identidad Cultural en los medios digitales de Riobamba	Identidad Cultural Conjunto de manifestaciones que engloba la identidad cultural latinoamericana, se contemplan las creencias, los, ritos, costumbres, tradiciones	Identidad Cultura Sociedad Tradiciones Símbolos Ritos Costumbres	Publicaciones Contenido Interacciones (descripción, conceptos, categorías, definiciones)	Técnica: Investigación Análisis de Contenido Instrumento: Repositorios Bibliografías Matriz de análisis de contenido

	orales, celebraciones, música, lengua, símbolos, danza, y demás particularidades, que un individuo siente como suyas y que lo vinculan a un grupo social (Pomaquero, Furió & López 2020, p. 24)			
Variable dependiente Representación y Audiencia: Contenidos digitales de Radio Positiva TV	Contenidos Digitales: Corresponde a un neologismo que se usa para referirse a los mensajes multimodales que se transmiten a través de las redes sociales virtuales. (Villegas, 2020, p. 259)	Distribución de contenidos Radios emisoras Plataformas digitales Redes sociales Impacto Alcance Representación Aceptación Rechazo	Publicaciones Audiencia Interacciones	Técnica: Entrevista Encuesta Instrumento: Guía de preguntas no estructurada Cuestionario

Fuente: Emily Mosquera

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3. Metodología según el enfoque:

3.1.Cualitativa

Busca exponer el sentido que los fenómenos bajo estudio poseen en la percepción de las personas a quienes se busca instruir o capacitar. De modo que dichos datos, al ser subjetivos, no son susceptibles de medición o conteo; por ende, no se prestan como instrumentos de exactitud matemática. No obstante, pueden desempeñar un papel útil como pauta general para orientar el rumbo de un proyecto de investigación (Molano, Valencia & Apraez, 2021, p. 21).

En este sentido el enfoque cualitativo, en la investigación permitirá proporcionar una interpretación subjetiva e inductiva bajo la perspectiva de las personas con respecto al impacto de la identidad cultural de los contenidos digitales de Radio Positiva TV, por lo cual resulta valiosa ya que sirve como orientadora para el desarrollo de la investigación y no como herramienta de edición o precisión matemática.

3.1.1. Cuantitativa

Se le da ese nombre debido a que estudia fenómenos que son susceptibles de ser cuantificados, es decir, a los cuales se les puede asignar un valor numérico. Por ejemplo, aspectos como el número de hijos, la edad, el peso, la estatura, entre otros. Asimismo, para analizar los datos recopilados sobre estos fenómenos medibles, se valen de técnicas estadísticas (Sánchez, 2019, p.104).

De modo que, el enfoque cuantitativo también permitirá obtener datos informativos numéricos indispensables para analizar la problemática de esta investigación ya que pueden ser analizados mediante la cuantificación de cada una de las reacciones, visualizaciones e interacciones de los usuarios en las publicaciones de Positiva TV.

3.2. Metodología según la finalidad:

3.2.1. Descriptiva

Según Guevara, Verdesoto & Castro (2020) su finalidad es obtener información detallada sobre situaciones, costumbres y actitudes predominantes al proporcionar una descripción precisa de actividades, objetos, procesos e individuos relacionados (p.171).

En esta investigación se empleará el método descriptivo, sustentado en la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos obtenidos de las publicaciones de la Radio Positiva TV. Para ello, se utilizarán matrices de análisis de contenido que permitirán describir con detalle los elementos culturales vinculados al tema de estudio, lo que contribuirá a una comprensión clara y profunda de los aspectos analizados.

3.3. Investigación según la finalidad:

3.3.1. Investigación Aplicada

Según Villoria (2016) se utiliza para abordar y solucionar desafíos o necesidades que surgen en la vida diaria de las personas, comunidades, instituciones y otros contextos cuyo propósito es generar cambios positivos y mejoras en respuesta a los problemas identificados (p.8)

De modo que, este tipo de investigación tiene como objetivo generar cambios positivos y mejoras concretas en la forma en que los medios de comunicación, particularmente la Radio Positiva TV de Riobamba, representan y promueven la identidad cultural local. A través de la aplicación práctica de conocimientos teóricos sobre comunicación, cultura e identidad, se busca proponer estrategias que fortalezcan el sentido de pertenencia en los jóvenes de 18 a 30 años y contribuir al desarrollo de una sociedad más consciente y conectada con su herencia cultural.

3.4. Investigación según su diseño:

3.4.1. Investigación No experimental

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) son aquellos “Estudios realizados sin intervenir intencionalmente en las variables, se centran en observar los fenómenos en su entorno natural y luego analizarlos” (p.149).

Por lo tanto, este tipo de investigación se fundamenta en la observación y análisis de los contenidos digitales de Radio Positiva TV sin intervenir directamente en su producción o difusión, permitiendo estudiar su impacto cultural en el entorno natural en el que se desarrollan.

3.5. Investigación según la fuente:

3.5.1. Investigación Documental

Según Guerrero y Guerrero (2014) se basa en la exploración de diversos documentos, como libros, anuarios, diarios, monografías, textos, videografías y audiocasetes, es por ello que la observación juega un papel fundamental en el análisis de datos, implicando la identificación, selección y conexión de estos con el objeto de estudio (p.9)

Por lo tanto, la investigación documental aportará significativamente en el desarrollo de la investigación mediante la observación para lograr una interpretación crítica y exhaustiva de los datos y conocimientos informativos relacionados con el objeto de investigación.

En definitiva, para abordar la investigación, se empleará un enfoque mixto que combine métodos cualitativos y cuantitativos. En este sentido se realizarán entrevistas en profundidad y grupos focales con jóvenes de la ciudad de Riobamba para explorar sus percepciones y experiencias sobre la representación de la identidad cultural en los contenidos de Positiva TV.

Adicionalmente, se llevará a cabo una etnografía digital observando las interacciones y comentarios en las publicaciones de Positiva TV en redes sociales. Paralelamente, se administrarán encuestas online a una muestra representativa de jóvenes de la ciudad de Riobamba para cuantificar la percepción e impacto de los contenidos culturales.

De modo que, los datos cualitativos serán analizados mediante codificación temática y análisis de narrativas, mientras que los datos cuantitativos se examinarán utilizando estadísticas descriptivas e inferenciales. Finalmente, los resultados serán presentados en informes accesibles y en eventos comunitarios para compartir los hallazgos y obtener retroalimentación, asegurando la confidencialidad y el consentimiento informado de todos los participantes a lo largo del proceso.

3.6.Población y muestra

3.6.1. Población

Se realizó la investigación de la población de la ciudad de Riobamba que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2022 son 260882 habitantes.

3.6.2. Muestra:

Para obtener la muestra del estudio de investigación se utilizó la siguiente fórmula de población finita:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + N * e^2}$$

Donde

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad del éxito 50% =0,5

q=Probabilidad de fracaso 50% = 0,5

Z= Nivel de confiabilidad 95% =1,96

E= Error de muestreo 5%= 0,05

Al reemplazar los datos se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 260,882}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 260.882 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{3,84 * 65.2205}{3,84 * 0.25 + 260,882 * (0.0025)}$$

$$n = \frac{250.447}{0.96 + 652.205}$$

$$n = \frac{250.447}{653.165}$$

$$n = 384$$

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1. Técnica: Análisis de Contenido

El análisis de contenido es una herramienta fundamental para identificar cómo Radio Positiva TV durante el periodo establecido, contribuye a la construcción de la identidad cultural de los jóvenes de Riobamba

En este contexto, Andréu (2001) sostiene que “el análisis de contenido emplea la lectura de textos o imágenes como medio de para recolectar información, siguiendo un enfoque científico que exige realizarlo de manera ordenada, imparcial, comprobable y con criterios que aseguren su validez” (p. 2).

De este modo, mediante el análisis de contenido, se podrán obtener hallazgos que garanticen rigurosidad en la identificación de temas, estereotipos y omisiones en la programación, lo que facilitará la comprensión de su impacto en el ámbito cultural.

3.7.2. Instrumento: Matriz de análisis de contenido

Según Andrade et al. (2012) “la matriz de análisis es un instrumento de observación, ya que permite al investigador detectar indicios directamente al observar las unidades de estudio, sin recurrir a entrevistas o diálogos con las personas” (p. 93).

Por ello, las matrices de análisis de contenido en esta investigación integran metodologías cualitativas y cuantitativas, con el objetivo de organizar la información, sistematizar los datos, y facilitar su interpretación.

Tabla 2.

Matriz de análisis de contenido cualitativa de Radio Positiva TV- Facebook

	Fecha	Segmento	Categoría	Tema	Formato	Tono y estilo	Lenguaje	Hashtags y Etiquetas
Mes								

Fuente: Elaboración propia

La matriz de análisis de contenido cualitativa en la Tabla 2 aplicada a la red social Facebook de Radio Positiva TV es una herramienta fundamental para analizar los contenidos digitales de la emisora, ya que permite observar e interpretar los aspectos relevantes en que cada una de las publicaciones que se promocionan y publican en la plataforma. De modo que, este análisis organiza la información y contribuye a identificar las estrategias comunicacionales utilizadas por la radio en el entorno digital y al mismo tiempo los elementos que podrían ser corregidos.

Tal como lo menciona Andréu (2001) “el análisis cualitativo se basa en un grupo de técnicas organizadas que buscan interpretar el significado implícito en los textos”(p.22). En este sentido, la matriz es esencial para establecer la relación entre los contenidos de Positiva TV y la construcción de identidad cultural entre los jóvenes de la ciudad de Riobamba. A través de cada una de las categorías es posible observar con mayor profundidad la forma en que se redacta y produce el contenido en función del segmento al que pertenece la publicación.

De igual forma, la Tabla 3, correspondiente a la matriz de análisis de contenido cuantitativo permite obtener evidencia empírica sobre el impacto que generan los contenidos

culturales de Radio Positiva TV en los jóvenes de Riobamba. Esto se logra a través del uso de métricas que ofrecen datos medibles sobre la reacción del público, tales como número de reacciones, comentarios, visualizaciones y compartidos en la red social Facebook. Y a su vez contribuye al cumplimiento del objetivo específico de evaluar la preservación y promoción de la diversidad cultural.

Tabla 3

Matriz de análisis de contenido cuantitativa de Radio Positiva TV- Facebook

Mes	Segmento	Tema	Frecuencia	Nivel de interactividad				
				N ° Reacciones	N ° Comentarios	N ° Visualizaciones	N ° Compartidos	N ° Vínculos e Hipervínculos
				• Me gusta • Me encanta • Me importa: • Me divierte: • Me asombra: • Me entristece: • Me enfada:				
				Total:				

Fuente: Elaboración propia

El análisis cuantitativo de contenido se emplea para contestar interrogantes de investigación relacionadas con la cantidad o la frecuencia con que aparecen determinados patrones que podrían tener relevancia desde una perspectiva comunicacional (Reinard, 2008, como se cita en Peña y Lillo, 2012). En este sentido, la matriz proporciona una visión objetiva del nivel de participación de la audiencia, lo que permitirá identificar qué temas o tipos de publicaciones generan mayor alcance e interacción en Positiva TV. De esta manera, los datos obtenidos se convierten en elementos clave para comprender la recepción del contenido cultural entre los jóvenes y proponer estrategias comunicacionales más efectivas.

3.7.3. Técnica: Entrevista

Araque (2018) manifiesta que:

La entrevista consiste en una conversación directa entre el investigador y el sujeto de estudio, con el objetivo de obtener respuestas orales relacionadas con el tema investigado, razón por la cual, es una técnica clave en la investigación cualitativa para recopilar información, opiniones o pruebas (p. 7).

La entrevista será realizada a un experto en identidad cultural, cuya trayectoria como gestor cultural en la provincia de Chimborazo, aporta valiosos conocimientos. Además, se entrevistará al representante de Radio Positiva TV para obtener una visión equilibrada desde ambas perspectivas sobre la misma temática.

3.7.4. Instrumento: Guía de preguntas no estructurada

Monje (2011) afirma que las entrevistas no estructuradas “usan diálogos naturales para captar perspectivas auténticas, minimizando la influencia del investigador. Aunque se prepara un guion previo, este se adapta flexiblemente durante la interacción, ajustando preguntas y lenguaje según el flujo conversacional y las características del entrevistado”(p. 149).

La guía de preguntas no estructurada planteada para la entrevista está compuesta por 15 preguntas que abordan diferentes ejes temáticos socioculturales, relacionados con los objetivos de la investigación, lo cual permite replantear nuevas interrogantes acorde a la dinámica del diálogo, lo que minimiza la imposición de preguntas rígidas.

3.7.5. Técnica: Encuesta

En cuanto a la encuesta Medina et al. (2023) la definen como “un método de investigación muy útil para reunir datos de mucha gente, una herramienta flexible y fácil de usar que ayuda a los investigadores a conocer mejor las opiniones, hábitos y características de un grupo específico de personas” (p. 23).

En esta investigación, la encuesta diseñada es fundamental para entender cómo los jóvenes de Riobamba perciben los contenidos digitales de Positiva TV y cómo estos influyen en su sentido de pertenencia cultural.

3.7.6. Instrumento: Cuestionario

Así mismo, Medina et al.(2023) señalan que “las encuestas pueden aplicarse mediante un instrumento denominado cuestionario, utilizando diversos medios como en internet, teléfono, correo o presencialmente, y es importante que los investigadores elijan el método que mejor se adapte a sus objetivos y necesidades” (p. 23).

El cuestionario consta de 14 preguntas diseñadas en relación directa con el tema y las problemáticas de la investigación. Estas han sido adaptadas a las características de la población con el propósito de obtener evidencia empírica que permita confirmar o cuestionar los hallazgos de la investigación.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la presente investigación, permiten dar cumplimiento a los objetivos planteados y ofrecen mayor comprensión sobre la representación de la identidad cultural en los contenidos digitales de la Radio Positiva TV. A través de la aplicación de técnicas e instrumentos metodológicos se identificaron patrones comunicacionales y niveles de interacción e impacto en los contenidos digitales de la emisora.

A continuación, se presentan los hallazgos más relevantes, acompañados de su respectivo análisis e interpretación correspondiente:

4.1. Análisis e interpretación de los datos

4.1.1. Análisis de contenido de la red social Facebook de Radio Positiva TV

La Tabla 4 presenta un resumen de los principales hallazgos relacionados con la manera en que Positiva TV organiza y difunde sus contenidos culturales. Para ello, se identifican cinco ejes fundamentales: las estrategias de contenido, tono y estilo, formatos de contenido, uso de hashtags y representación cultural.

Tabla 4

Análisis general de la matriz de análisis de contenido cualitativa de la red social Facebook de Radio Positiva TV.

Aspectos	Hallazgos generales
Estrategias de Contenido	-Los contenidos principales de la emisora se fundamentan en la narración e interacción directa con artistas locales y testimonios. Además, se abordan múltiples temas que van desde la política hasta el arte y deporte, mostrando una propuesta editorial variada. -Existe una adaptación temática permanente hacia asuntos de interés social.

	-La creación y publicación de clips promocionales previos a la difusión de contenido cultural, con la finalidad de generar expectativa. -La publicación diaria de noticias de interés local, nacional e internacional. -La creación de series de contenido con una narrativa episódica que se basa en dividir una temática en episodios semanales.
Tono y estilo	-Se utiliza un lenguaje coloquial e informal de manera constante, lo cual contribuye a una comunicación más comprensible para el público juvenil. -Enfoque narrativo en primera persona, ya que denota cercanía con el público.
Formatos de Contenido	-Se emplea una diversidad de formatos digitales que incluye: podcasts, infografías, entrevistas y transmisiones en vivo, lo que permite una experiencia multimedia variada para el público.
Uso de hashtags	-Las publicaciones integran etiquetas temáticas (hashtags) adecuadas, lo que facilita la clasificación y alcance del contenido en plataformas digitales.
Representación Cultural	-El segmento "La Riobambeñidad - Ecuatorianidad" se ha consolidado como el principal espacio para la representación cultural, generando alto interés entre la audiencia.

Fuente: Elaboración propia

Nota: El análisis detallado de la matriz de contenido cualitativo está disponible en anexos.

A continuación, se presenta la Tabla 5 que resume los principales hallazgos del análisis cuantitativo de las publicaciones de la Radio Positiva TV, la cual permite visualizar de forma clara datos concretos sobre el alcance, la interacción y el impacto de los contenidos digitales difundidos por la emisora.

Tabla 5

Análisis general de la matriz de análisis de contenido cuantitativa de la red social Facebook de Radio Positiva TV.

Aspecto	Hallazgos generales
Interacción con la audiencia	-Las publicaciones con mayor cantidad de reacciones y visualizaciones corresponden al Reality Diablo de Lata perteneciente al segmento la “Riobambeñidad” y entrevistas a figuras públicas.
Niveles de participación	-Algunos programas acumulan muchas reacciones, pero escasos comentarios o compartidos, lo que evidencia interacción limitada en profundidad.
Visualizaciones	-Los contenidos destacados con más de 10.000 visualizaciones incluyen al Reality Diablo de Lata (varios episodios). Asimismo, las transmisiones del Pase del Niño y el Pregón festivo de la Espoch.
Frecuencia de publicaciones	-Frecuencia semanal constante, incrementándose especialmente durante las fechas festivas de diciembre, marzo y abril.
Vínculos o hipervínculos	-Su uso es muy bajo. Puesto que, solo un par de publicaciones enlazan a otros canales digitales como YouTube, lo cual limita la convergencia multimedia.
Segmentos con más impacto emocional	-La Riobambeñidad y el Reality Diablo de Lata generan más reacciones tipo “me encanta” y “me importa”, lo cual indica un alto valor simbólico.

Fuente: Elaboración propia

Nota: El análisis detallado de la matriz de contenido cualitativo está disponible en anexos.

4.1.2. Análisis e interpretación de la encuesta

Tabulación e interpretación de la encuesta dirigida a los jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba.

1. ¿A qué rango de edad perteneces?

Tabla 6

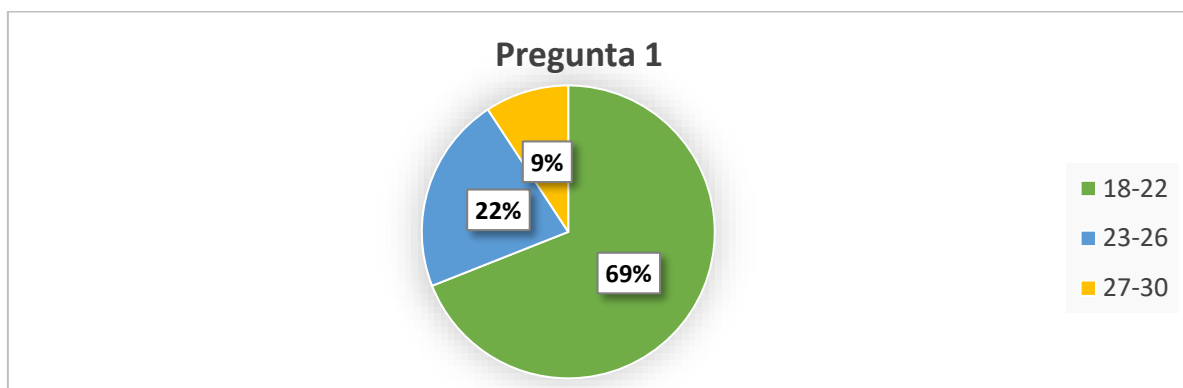
Distribución por edades de los encuestados en Riobamba (2024).

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
18-22	276	69%
23-26	87	22%
27-30	37	9%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Distribución por edades de los encuestados en Riobamba (2024).



Nota: Elaboración propia

Análisis: Se evidencia que el 69% de la población encuestada pertenece al rango de edad “18-22 años”, mientras que el 22% corresponde al grupo “23-26 años”, y el 9% al rango “27-30 años”.

Interpretación: La mayoría de los jóvenes encuestados tiene entre 18 y 22 años, constituyendo el grupo más representativo del estudio, mientras que la participación adulta en la investigación es menor. En efecto, los resultados permiten identificar la audiencia principal según el rango de edad predominante.

2. ¿Cuál es tu género?

Tabla 7

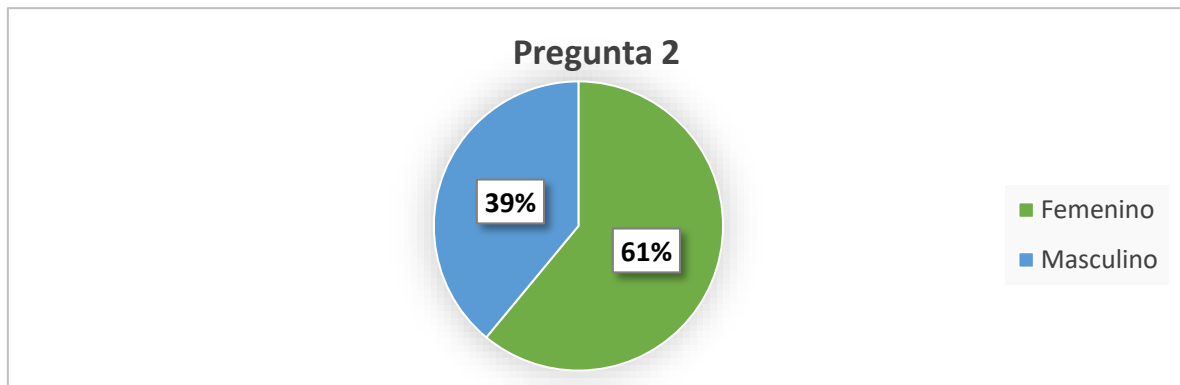
Distribución por género de los encuestados en Riobamba (2024).

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	244	61%
Masculino	156	39%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Distribución por género de los encuestados en Riobamba (2024).



Nota: Elaboración propia

Análisis: En base a la encuesta que se aplicó a 400 jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba. El 61% de los encuestados son de género femenino y el 39% corresponde al género masculino.

Interpretación: Según los resultados de la encuesta muestra una mayor participación del género femenino en comparación con el género masculino. Aunque la diferencia no es extrema, sino significativa, debe considerarse para entender el nivel de interés en la identidad cultural de los jóvenes riobambeños.

3. ¿Con qué frecuencia consumes los contenidos digitales de Radio Positiva TV?

Tabla 8

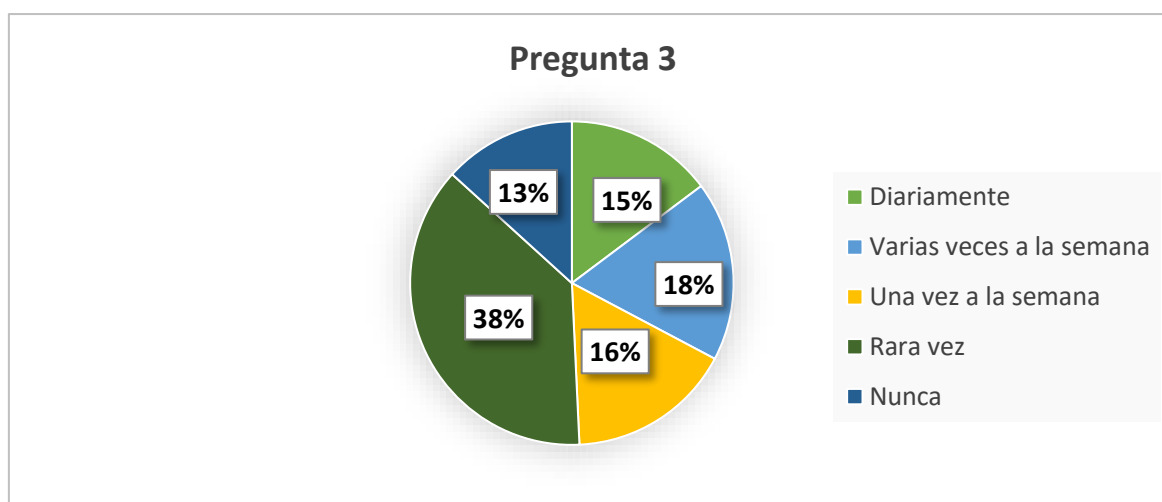
Frecuencia de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	59	15%
Varias veces a la semana	72	18%
Una vez a la semana	66	16%
Rara vez	150	38%
Nunca	53	13%
Total	4aX0	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Frecuencia de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 38% de los encuestados consumen rara vez los contenidos digitales de Radio Positiva TV, mientras que un 18 % los consumen varias veces a la semana. Así mismo, el 16% de los jóvenes consumen una vez a la semana y solo el 15% accede diariamente a los contenidos. Sin embargo, el 13% afirma que nunca los consume.

Interpretación: La mayor parte de los jóvenes encuestados no consume frecuentemente los contenidos digitales de Positiva TV lo cual podría estar relacionado con la falta de estrategias de engagement digital o con la preferencia por otras plataformas más dinámicas, como TikTok o Instagram. Este hallazgo sugiere la necesidad de adaptar los formatos de contenido a las tendencias de consumo de los jóvenes.

4. ¿Qué tipo de contenido de Radio Positiva TV consumes con mayor frecuencia?

Tabla 9

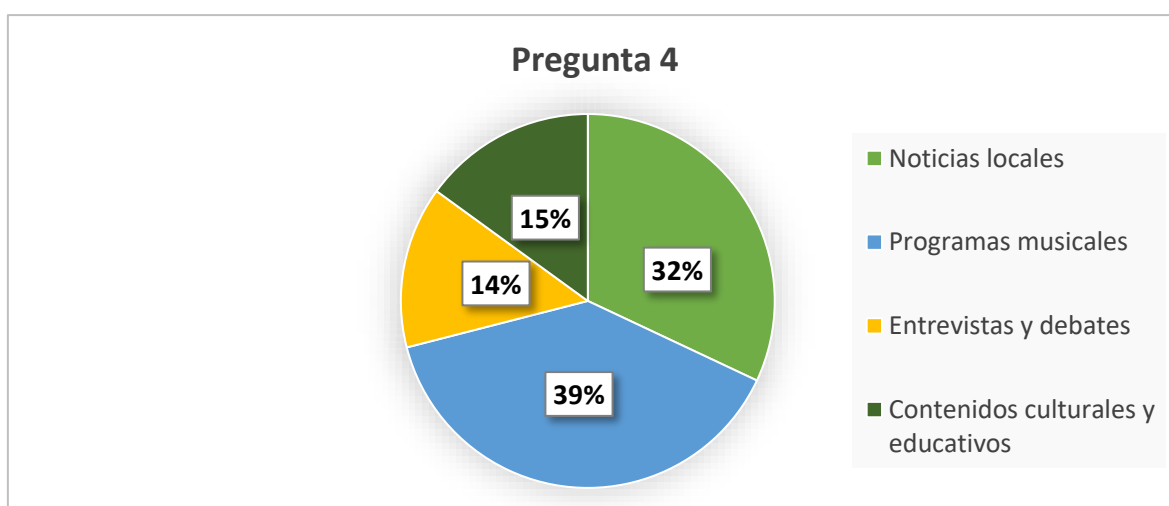
Frecuencia de consumo según el tipo de contenido digital de Radio Positiva TV.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Noticias locales	128	32%
Programas musicales	156	39%
Entrevistas y debates	56	14%
Contenidos culturales y educativos	60	15%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Frecuencia de consumo según el tipo de contenido digital de Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 39% de los encuestados prefiere consumir los programas musicales de Radio Positiva TV, seguido del 32% que elige noticias locales. Por otro lado, el 15% se inclina por contenidos culturales y educativos, mientras que el 14% escoge las entrevistas y debates.

Interpretación: Los programas musicales y las noticias locales son los más populares de la emisora. Esto indica que la mayoría de la audiencia busca tanto entretenimiento como información, lo que sugiere la necesidad de mejorar los formatos y programación según los intereses de la audiencia. Así mismo, diversificar los contenidos para fortalecer la conexión con los jóvenes e incrementar el nivel de engagement.

5. ¿Consideras que los contenidos de Radio Positiva TV reflejan adecuadamente la identidad cultural de Riobamba?

Tabla 10

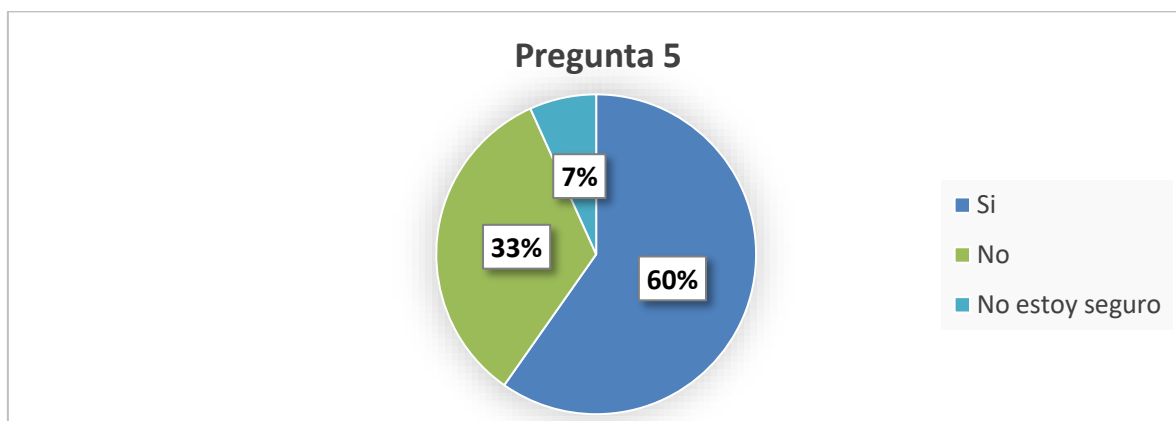
Percepción de la identidad cultural de Riobamba en los contenidos de Radio Positiva TV

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	239	60%
No	134	33%
No estoy seguro	27	7%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Percepción de la identidad cultural de Riobamba en los contenidos de Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: Según los datos recopilados, el 60% de los encuestados considera que los contenidos de Radio Positiva TV “sí” reflejan adecuadamente la identidad cultural de Riobamba, mientras que el 33% considera que “no” perciben una representación cultural en la programación. Además, un 7% de los participantes “no está seguro”.

Interpretación: La mayoría de los encuestados considera que la radio es un espacio donde se difunden aspectos de la identidad cultural de Riobamba. No obstante, algunos sectores de la audiencia no perciben una representación clara de la cultural local en los contenidos digitales. Navarro (2022) define la identidad cultural como “Un sentimiento de pertenencia a un grupo social con el que se comparten tradiciones, valores y creencias culturales. La identidad se forma tanto a nivel individual como colectivo y se nutre constantemente de influencias externas”(p.111). En este sentido, se sugiere reforzar los valores y tradiciones socioculturales compartidos en los contenidos fomentando la interacción con el público.

6. ¿Cómo describirías la representación de la cultura local en los contenidos de Radio Positiva TV?

Tabla 11

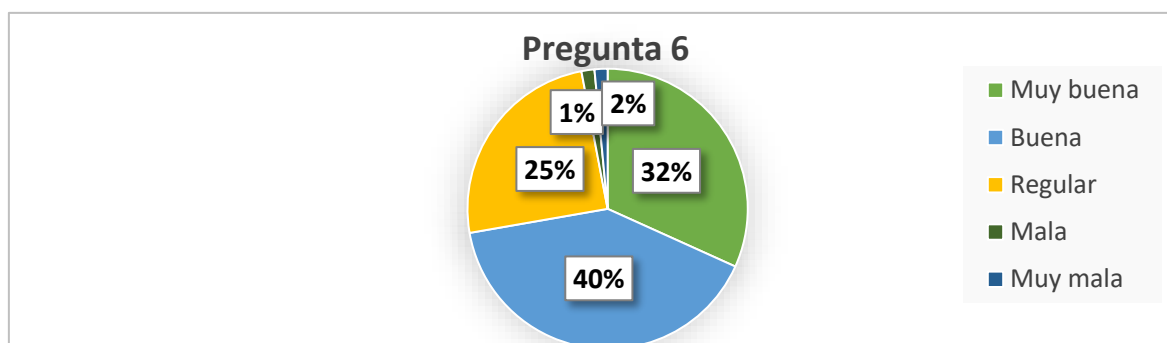
Valoración de la representación cultural local en los contenidos digitales de Positiva TV

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	127	32%
Buena	162	40%
Regular	99	25%
Mala	6	1%
Muy mala	6	2%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Valoración de la representación cultural local en los contenidos digitales de Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: La percepción de los encuestados sobre la representación de la cultura local en los contenidos de Radio Positiva TV indica que el 40% la califica como “buena” y un 32% la considera “muy buena”. Sin embargo, el 25% describe como “regular” la manera en que la emisora abordan los contenidos culturales. Por otro lado, el 2% la califica como “mala” y un 1% como “muy mala”.

Interpretación: La mayoría de la audiencia percibe una representación positiva de la cultura riobambeña en Radio Positiva TV, aunque existe un sector que considera que dicha representación puede mejorarse. Esto coincide con Hall (2013) quien sostiene que las identidades culturales no son fijas ni esenciales, sino que se transforman constantemente a través del juego entre historia, cultura y poder (p.361). En este sentido la percepción diversa de los usuarios evidencia ese carácter cambiante y negociado de la identidad cultural.

7. ¿De qué manera crees que los contenidos de Radio Positiva TV han influido en tu percepción de la identidad cultural de Riobamba?

Tabla 12

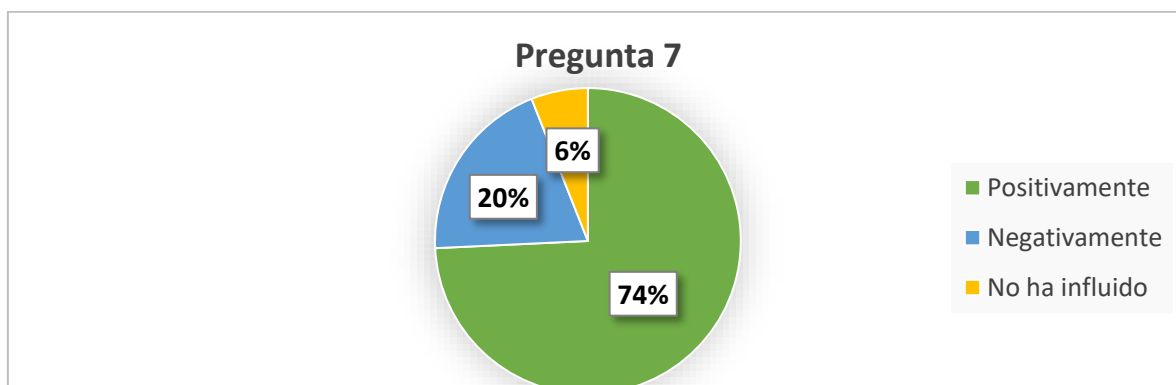
Influencia de los contenidos de Radio Positiva TV en la percepción de la identidad cultural de Riobamba.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Positivamente	297	74%
Negativamente	79	20%
No ha influido	24	6%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Influencia de los contenidos de Radio Positiva TV en la percepción de la identidad cultural de Riobamba.



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 74% de los encuestados considera que los contenidos de Radio Positiva TV han influido positivamente en su percepción de la identidad cultural de Riobamba. Sin embargo, el 20% de los jóvenes perciben una influencia negativa en la difusión de los contenidos culturales, mientras que, el 6% considera la emisora no ha influido en su perspectiva o visión de la identidad cultural.

Interpretación: Los resultados reflejan que gran parte de los encuestados reconoce una influencia positiva de los contenidos de la emisora, lo cual sugiere que contribuye a la construcción y fortalecimiento de la identidad cultural riobambeña. No obstante, las percepciones negativas y nulas podrían indicar que la radio debe buscar un nuevo enfoque educativo para conectar e involucrarse con las costumbres y tradiciones de la comunidad riobambeña.

8. ¿Qué aspectos de la identidad cultural de Riobamba te gustaría que se reflejen más en los contenidos de Radio Positiva TV?

Tabla 13

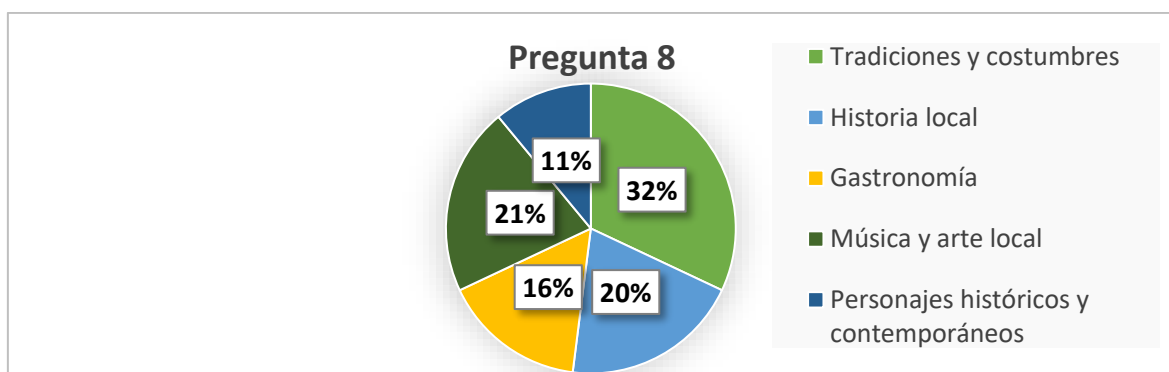
Aspectos de la identidad cultural de Riobamba deseados por los encuestados (2024) en los contenidos de Radio Positiva TV.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tradiciones y costumbres	128	32%
Historia local	80	20%
Gastronomía	64	16%
Música y arte local	84	21%
Personajes históricos y contemporáneos	44	11%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Aspectos de la identidad cultural de Riobamba deseados por los encuestados en los contenidos de Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: Los aspectos de identidad cultural de Riobamba que los encuestados prefieren ver reflejados en Positiva TV son: el 32% eligió tradiciones y costumbres, seguido por historia local con un 20%. La música y arte local son relevantes para un 21%. Por otro lado, la gastronomía también ocupa un lugar importante, con un 16%. Finalmente, los personajes históricos y contemporáneos fueron elegidos por un 11% de la audiencia.

Interpretación: Las preferencias y expectativas de la audiencia de Radio Positiva TV muestran que la emisora debe fortalecer la cobertura de tradiciones, historia y expresiones artísticas locales, contribuyendo al fortalecimiento del patrimonio cultural intangible de Riobamba a través de su programación.

9. ¿Crees que la representación cultural en Radio Positiva TV puede influir en la identidad cultural de los jóvenes?

Tabla 14

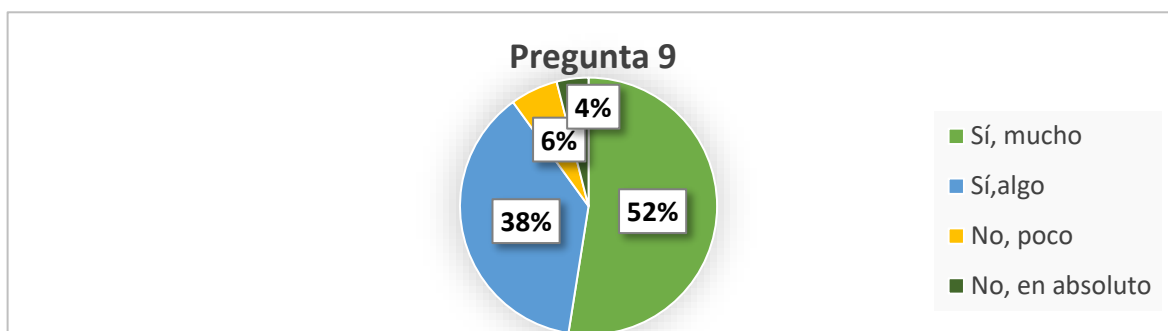
Influencia de la representación cultural de Radio Positiva TV en la identidad cultural de los jóvenes encuestados (2024).

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí, mucho	210	52%
Sí, algo	150	38%
No, poco	24	6%
No, en absoluto	16	4%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Influencia de la representación cultural de Radio Positiva TV en la identidad cultural de los jóvenes encuestados (2024).



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 52% de los encuestados considera que la representación de la identidad cultural en Radio Positiva TV influye mucho en la identidad cultural de los jóvenes, mientras que un 38% opina que influye algo. De modo que, la mayoría de los participantes sugieren una conexión positiva y significativa entre los contenidos digitales de la emisora y el desarrollo de la identidad cultural juvenil. No obstante, el 6% cree que influye poco, y un 4% piensa que no influye en lo absoluto.

Interpretación: Los contenidos digitales culturales transmitidos por la radio tienen un impacto positivo en la construcción y fortalecimiento de la identidad cultural de los jóvenes en Riobamba. Sin embargo, un pequeño sector de la audiencia considera que dicha influencia es limitada o nula, lo que podría sugerir que ciertos aspectos de la programación no inciden de forma directa en el sentido de pertenencia e identidad cultural de los jóvenes.

10. ¿Participas activamente en los concursos y eventos culturales promovidos por Radio Positiva TV en sus plataformas digitales?

Tabla 15

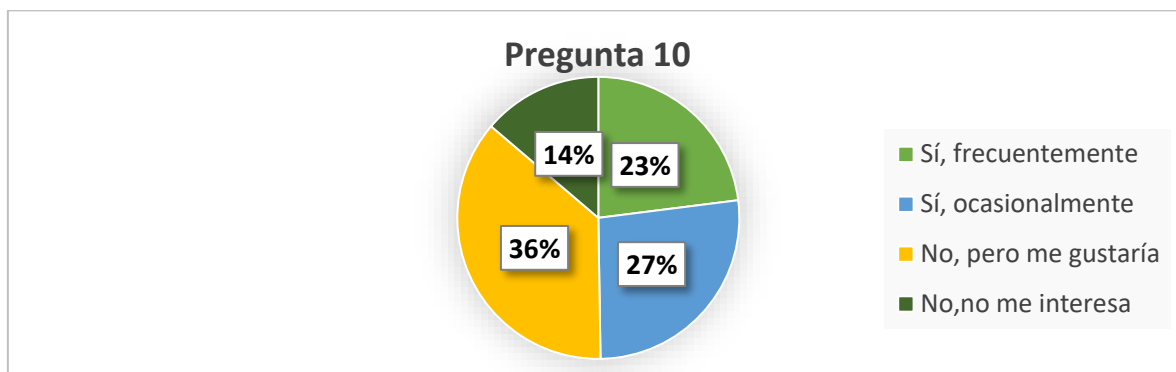
Participación de los jóvenes encuestados (2024) en los eventos culturales de Radio Positiva TV en plataformas digitales.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí, frecuentemente	92	23%
Sí, ocasionalmente	107	27%
No, pero me gustaría	146	36%
No, no me interesa	55	14%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Participación de los jóvenes encuestados (2024) en los eventos culturales de Radio Positiva TV en plataformas digitales.



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 23% de los encuestados participa frecuentemente en los concursos y eventos culturales promovidos por Positiva TV. Por otro lado, un 27% lo hace ocasionalmente evidenciando que al menos la mitad de la audiencia tiene algún grado de participación. Sin embargo, el 36% afirma que no ha participado, pero le gustaría hacerlo. Por último, el 14% menciona que no le interesa participar.

Interpretación: Existe un interés significativo en los eventos culturales promovidos por la radio, pero también revelan una brecha entre el deseo de participar y la participación real. Por lo tanto, para reducir esta diferencia, la emisora podría implementar estrategias comunicacionales tales como: mejorar la difusión de estos eventos, ofrecer incentivos o diversificar el tipo de actividades para atraer a distintos sectores de la audiencia.

11. ¿Qué tan satisfecho/a estás con la variedad de contenidos culturales ofrecidos por Radio Positiva TV?

Tabla 16

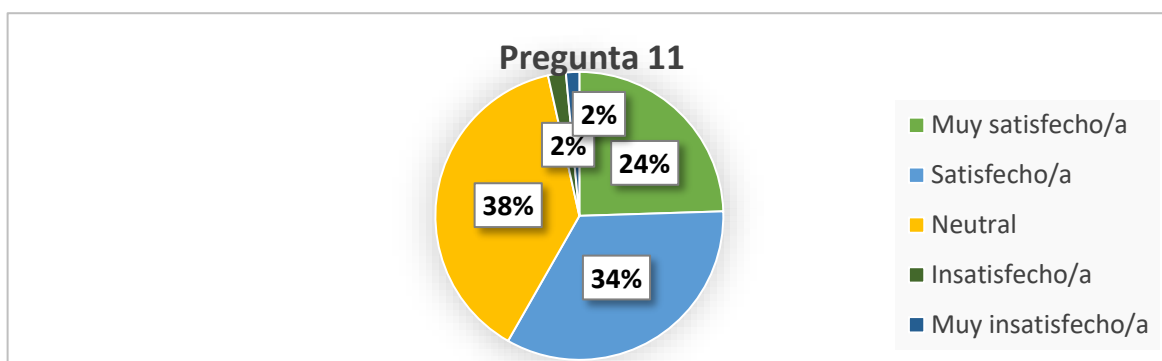
Nivel de satisfacción con la variedad de contenidos culturales de Radio Positiva TV.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho/a	98	24%
Satisfecho/a	135	34%
Neutral	153	38%
Insatisfecho/a	8	2%
Muy insatisfecho/a	6	2%
Total	400	100%

Fuente Elaboración propia

Figura 11

Nivel de satisfacción con la variedad de contenidos culturales de Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 24% de los encuestados está muy satisfecho/a con la variedad de contenidos culturales de Positiva TV. Asimismo, el 34% se declara satisfecho/a, lo que indica que más de la mitad de la audiencia valora de manera positiva la programación. Un 38% mantiene una postura neutral, lo que sugiere la falta de diferenciación en la oferta de contenidos, y un 4% expresa insatisfacción.

Interpretación: La mayoría de la audiencia se siente satisfecha con la variedad de contenidos culturales que ofrece la emisora, evidenciando una valoración positiva de su programación. Sin embargo, un porcentaje significativo mantiene una postura neutral, lo cual podría indicar que algunos encuestados perciben que los contenidos emitidos son repetitivos o poco innovadores. Este hallazgo, destaca la importancia de diversificar la propuesta cultural para generar mayor interés y conexión con el público.

12. ¿Cómo prefieres consumir los contenidos digitales de Radio Positiva TV?

Tabla 17

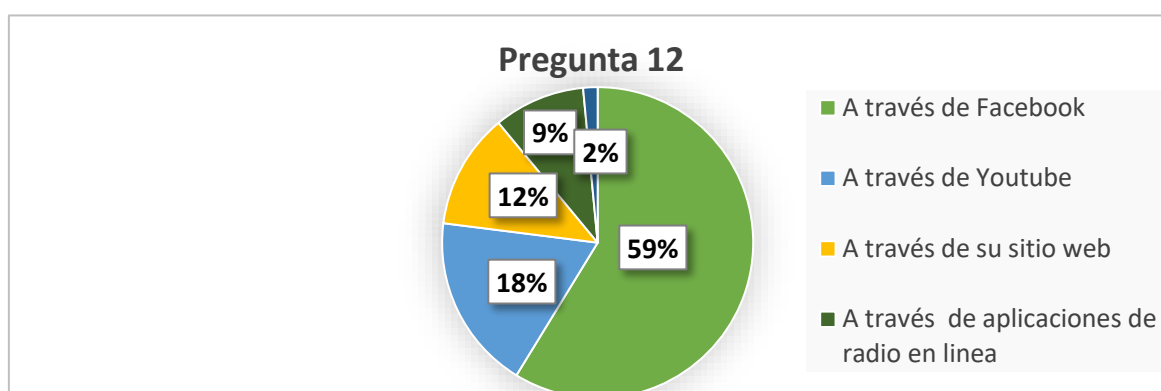
Preferencias de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
A través de Facebook	235	59%
A través de Youtube	73	18%
A través de su sitio web	48	12%
A través de aplicaciones de radio en línea	38	9%
A través de TikTok	6	2%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12

Preferencias de consumo de los contenidos digitales de Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: Los datos obtenidos revelan que el 59% de los encuestados prefiere consumir los contenidos de la Radio Positiva TV a través de Facebook, siendo la red social más utilizada. En segundo lugar, la plataforma de YouTube con un 18% lo que indica que los videos también tienen una audiencia representativa. Mientras que el 12% de los participantes eligen el sitio web de la radio. Mientras que, el 9% usa aplicaciones de radio en línea y solo el 2% menciona la red social Tiktok.

Interpretación: La red social Facebook es la principal plataforma utilizada por los encuestados para acceder a los contenidos de Positiva TV. Asimismo, se observa un interés significativo en Youtube, es decir, por los formatos audiovisuales. Mientras que, el bajo uso del sitio web, las aplicaciones de radio en línea y TikTok sugiere la oportunidad de adaptarse a los hábitos e intereses de consumo digital de la audiencia para ampliar su alcance e impacto

13. ¿Crees que Radio Positiva TV debería incorporar más contenido interactivo (como encuestas en vivo, transmisiones en directo, etc.) para fomentar la participación de los jóvenes?

Tabla 18

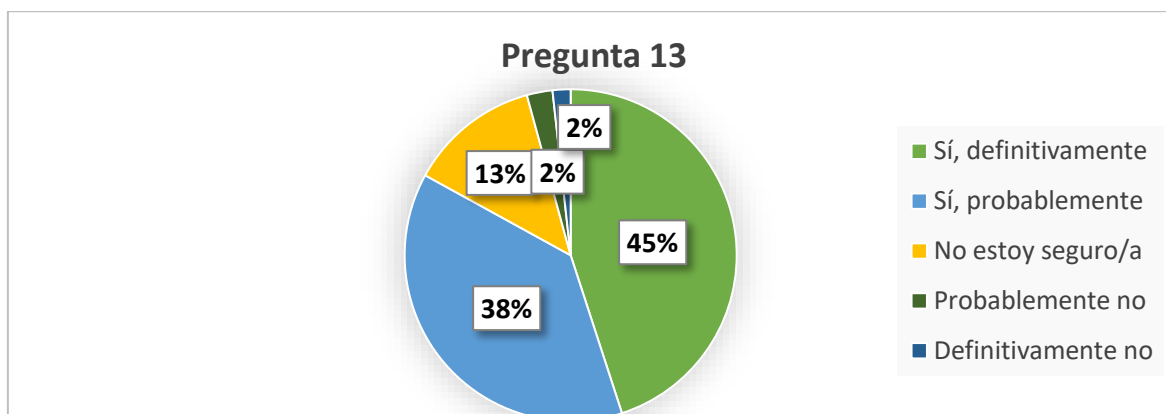
Preferencia de la incorporación de contenido más interactivo en Radio Positiva TV.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí, definitivamente	180	45%
Sí, probablemente	152	38%
No estoy seguro/a	51	13%
Probablemente no	10	2%
Definitivamente no	7	2%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

Preferencia de la incorporación de contenido más interactivo en Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 45% de los encuestados respondió “sí definitivamente” sobre la necesidad de que Radio Positiva TV incorpore más contenido interactivo para fomentar la participación juvenil, mientras que un 38% indicó “sí probablemente”. El 13 % menciona que “no está seguro”, el 2% eligió “probablemente no” y otro 2% “definitivamente no” oponiéndose a la idea.

Interpretación: Los jóvenes encuestados demandan mayor interactividad en los contenidos de la Radio Positiva TV, con la finalidad de fomentar la participación juvenil, por lo que es fundamental fortalecer la conexión y el vínculo juvenil con la emisora. De modo que, indica la oportunidad de innovar con estrategias comunicacionales más dinámicas e interactivas.

14. ¿Qué sugerencias tienes para mejorar la representación de la identidad cultural en los contenidos de Radio Positiva TV?

Tabla 19

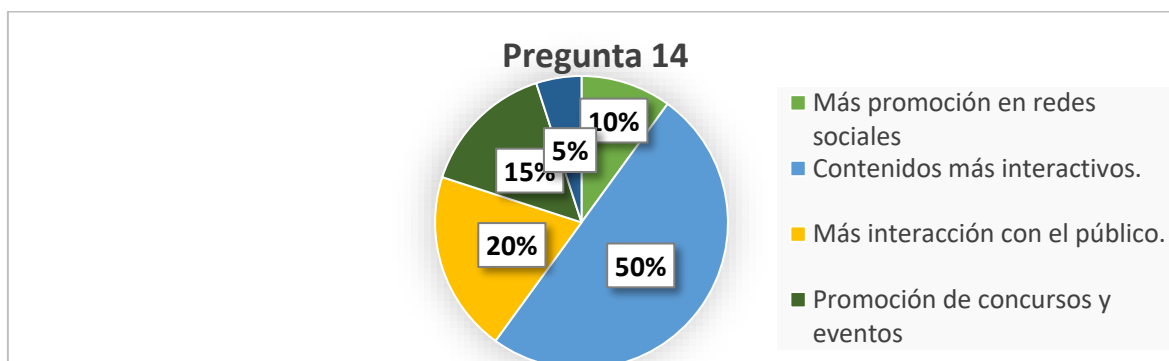
Sugerencias para mejorar la representación de la identidad cultural en los contenidos de Radio Positiva TV.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Más promoción en redes sociales	40	10%
Contenidos más interactivos.	200	50%
Más interacción con el público.	80	20%
Promoción de concursos y eventos.	60	15%
No tengo sugerencias.	20	5%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14

Sugerencias para mejorar la representación de la identidad cultural en los contenidos de Radio Positiva TV.



Nota: Elaboración propia

Análisis: El 50% de los encuestados sugiere que Radio Positiva TV debería incluir más contenidos interactivos. Por otro lado, el 20% considera necesaria más interacción con el público. Un 15% opina que es clave aumentar la promoción en redes sociales, y un 10% promover más concursos y eventos. Finalmente, solo un 5% indicó no tener sugerencias.

Interpretación: La mayoría de los encuestados sugiere que Radio Positiva TV incorpore más contenidos interactivos y participativos. Además, proponen fortalecer su presencia en redes sociales e incentivar la participación en concursos y eventos. Esto coincide con Hadechini, García y Simancas (2020) quienes afirman “Es necesario fomentar elementos y estrategias que aseguren la preservación de la memoria e identidad cultural”(p.97).

4.1.3. Análisis de entrevistas

- **Nombre del entrevistado:**

Oswaldo Huilcapi- danzante ancestral y gestor cultural de la provincia de Chimborazo.

Tabla 20

Matriz de análisis de la entrevista al experto en identidad cultural.

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Cómo definiría la identidad cultural en una ciudad como Riobamba?	La identidad cultural de Riobamba se caracteriza por su diversidad, resultado de su riqueza cultural de los diez cantones que conforman la provincia de Chimborazo. Por ende, esta pluralidad se manifiesta en la variedad de dialectos que hablan en las comunidades, en las distintas formas de vestir y en las múltiples expresiones culturales. Por ello, cada persona construye una identidad propia a partir de su entorno y herencia cultura.	Se plantea una perspectiva dinámica y descentralizada de la identidad cultural local, donde la coexistencia de diversas expresiones culturales se refleja en cada individuo. Por ello, su manifestación dentro del colectivo adquiere un carácter único y singular.
¿Qué aspectos debe considerar una emisora para representar la identidad cultural local?	Una emisora debe considerar ofrecer una frecuencia alta de contenidos culturales y contar con productores que conozcan a fondo las tradiciones, valores y lenguas originarias de las distintas regiones del Ecuador. Esto garantiza una representación auténtica y fortalece el sentido de pertenencia en la audiencia.	Se establece un estándar de responsabilidad cultural, lo cual permite garantizar la calidad del contenido y favorece la construcción de la identidad cultural y la conexión con las audiencias.
¿Cuáles son los principales desafíos de los medios digitales al abordar	La ciencia y la tecnología ha dado paso al proceso de la globalización, así como al uso generalizado de las redes y plataformas digitales. Por ende, uno de los principales desafíos de hoy en	El impacto del avance tecnológico reafirma el papel fundamental de los medios digitales, los cuales deben asumir su rol esencial

la diversidad cultural?	día es la inteligencia artificial, la cual ha generado temores en el ser humano ante la posibilidad de ser reemplazado por ella.	de humanizar la tecnología mediante iniciativas comunicativas que prioricen y valoren los contenidos culturales.
¿De qué manera las plataformas digitales pueden fortalecer el sentido de pertenencia cultural en los jóvenes?	Las plataformas digitales tienen el potencial de promover las costumbres, tradiciones, música y gastronomía a través de las redes sociales. Además, pueden ser utilizadas para realizar contenidos educativos que profundicen sobre sus raíces culturales, ya que múltiples publicaciones carecen de un contexto histórico, lo que dificulta que los jóvenes construyan un sentido de identidad cultural propio.	El uso estratégico de las plataformas digitales en torno a la identidad cultural debe ir más allá de la simple difusión de contenidos superficiales; debe concebirse como una herramienta educativa capaz de orientar a las nuevas generaciones en la valoración de su patrimonio cultural.
¿Qué relación hay entre la frecuencia de consumo de contenidos digitales y el sentido de identidad cultural en los jóvenes?	Existe una relación directa entre la frecuencia con la que los jóvenes consumen contenidos digitales culturales y el fortalecimiento de su identidad cultural. Sin embargo, muchos de estos contenidos carecen de profundidad, ya que no se elaboran a partir de fuentes primarias ni se respaldan en documentos o registros históricos. Esta falta de rigor limita la posibilidad de que los jóvenes accedan a una comprensión auténtica y significativa de sus tradiciones y costumbres.	Actualmente, los jóvenes tienen acceso a diversos contenidos sobre identidad cultural. No obstante, muchos de estos carecen de un respaldo histórico o una comprensión profunda. Por ello, para fomentar un consumo digital frecuente, es imprescindible producir contenidos basados en una investigación rigurosa que contribuyan al fortalecimiento del sentido de pertenencia cultural.

¿Cómo se puede medir el impacto cultural de un medio digital en los jóvenes?	El impacto cultural de un medio digital en los jóvenes puede medirse mediante métricas digitales como la interacción y el número de visualizaciones, complementadas con grupos focales que permitan evaluar sus percepciones y el grado de identificación con los contenidos culturales.	La combinación de métricas cuantitativas y herramientas cualitativas permite evaluar y comprender el nivel del impacto cultural. Cabe destacar que el diálogo directo con los jóvenes es uno de los métodos más precisos para conocer si los contenidos han influido en su manera de pensar sobre la cultura.
¿Qué características debería tener un contenido digital para ser considerado culturalmente representativo?	Desde mi experiencia empírica y las investigaciones de campo realizadas, considero que para que un contenido sea culturalmente representativo debe ser contextualizado y difundido de forma auténtica, sin alteraciones ni distorsiones de su significado original. Además, es fundamental acudir al lugar de los hechos, ya que el contacto directo con el territorio y sus actores permite captar con mayor fidelidad la riqueza simbólica y la profundidad cultural de las manifestaciones que se desean comunicar.	Las características fundamentales para construir un entorno digital representativo deben cumplir con un rol ético frente a las culturas difundidas, donde se destaque la importancia de la documentación exhaustiva y respeto por las fuentes culturales originales.
¿Qué tipo de contenidos o formatos digitales considera más efectivos para promover la	Es necesario utilizar contenidos y formatos que se integren con las redes sociales, ya que estas son el principal canal de comunicación y expresión de los jóvenes, que al ser una generación creativa producen contenidos llamativos. Por ende, es esencial	Las redes sociales no son únicamente canales de difusión, al contrario, representan espacios de interacción y creación que fortalecen el vínculo entre

identidad cultural entre los jóvenes?	incluir su participación en ellos, con el objetivo de conectar con mayor facilidad y efectividad.	los medios culturales y las audiencias jóvenes.
¿Qué rol tienen las narrativas digitales en la difusión de costumbres y valores de una comunidad?	Las narrativas digitales cumplen con un rol trascendental, ya que permiten que las personas adultas mayores, portadoras de sabiduría y conocimiento ancestral, compartan sus historias locales, prácticas y expresiones artísticas en formatos actuales, facilitando su comprensión y preservación entre las nuevas generaciones.	Las narrativas digitales actúan como un puente intergeneracional. De modo que, se convierten en una herramienta clave para dar continuidad a la memoria y las tradiciones en formatos accesibles y comprensibles para la juventud.
¿Qué estrategias comunicativas fortalecen la identidad cultural en los medios digitales?	Se debe fomentar la participación activa de los miembros de la comunidad, ya que esto fortalece el sentido de apropiación cultural. De igual forma, la incorporación de lenguas originarias y formas de hablar propias contribuye a potenciar el sentido de pertenencia y la diversidad cultural.	Ambas estrategias comunicativas convierten a los medios digitales en espacios vivos de representación cultural, donde la identidad no se exhibe como objeto, sino que se construye colectivamente.
¿Qué rol deben tener los comunicadores y periodistas locales en la promoción de la identidad cultural en las plataformas digitales?	Los comunicadores juegan un papel fundamental, razón por la que deben actuar con imparcialidad y responsabilidad en la forma en que promocionan los contenidos, evitando ser influenciados por intereses propios o ajenos.	Los comunicadores y periodistas no solo deben informar, sino también actuar como mediadores y cumplir con la ética en la comunicación cultural, garantizando su compromiso con la verdad y su deber de preservar el patrimonio cultural.

¿Por qué es importante la interactividad en los contenidos culturales digitales?	La interactividad siempre va a ser importante en los contenidos culturales digitales, ya que todas las personas piensan de forma distinta y por ello es relevante que dichas opiniones puedan servir como información para poder mejorar la producción de los mismos en base a las necesidades o demandas del público.	La construcción de una comunidad digital con la audiencia es clave para establecer un enfoque comunicativo abierto, en el que no solo se consuman los contenidos culturales, sino que también fomente una participación activa.
¿Cuál es la relación entre la representación cultural y el nivel de interacción del público joven en las plataformas digitales?	La relación entre ambos aspectos es estrecha, ya que, a mayor calidad de representación cultural, mayor es la posibilidad de generar interacción y compromiso por parte de los jóvenes y a su vez, favorece que se sientan identificados con los contenidos culturales.	La representación cultural bien ejecutada genera un impacto directo en el nivel de interacción, al incentivar comentarios, compartidos y una participación activa por parte de la audiencia.
¿Qué estrategias comunicacionales son efectivas para convertir a la audiencia en actores participativos y no solo en receptores pasivos?	Se deben emplear estrategias comunicativas que incentiven la creación de contenidos culturales con temáticas específicas, basadas en la experiencia propia de los usuarios, ya sea a través de concursos o transmisiones en vivo que fomenten la interacción activa del público. Asimismo, el uso del lenguaje debe adaptarse al tipo de audiencia.	Ambas estrategias responden a una lógica horizontal, en la que la comunicación se construye en diálogo con la comunidad y no simplemente se dirige a ella.
¿Cómo puede un medio digital combinar tradición e innovación en sus	Las publicaciones culturales deben adaptarse a los nuevos canales y formatos digitales visuales, como: memes, podcast, reels, juegos o trivias	Se debe implementar una estrategia que respete el valor simbólico del patrimonio cultural

publicaciones culturales para conectar con la audiencia joven?	en línea, de modo que, se combine con lo contemporáneo de forma coherente.	intangible, pero que sea realizada utilizando un lenguaje, formato y dinámicas innovadoras propias del entorno digital.
--	--	---

Fuente: Elaboración propia

- **Nombre del entrevistado:**

Hugo Hidalgo- director de Radio Positiva y de Positiva TV.

Tabla 21

Matriz de análisis de la entrevista al experto del medio de comunicación.

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Cuál es el rol de Radio Positiva en la representación de la identidad cultural de Riobamba?	Radio Positiva TV nace hace aproximadamente tres años y medio con el propósito claro de destacar la identidad cultural de Riobamba, Chimborazo y del país en general. Desde sus inicios hemos manejado una propuesta musical y de contenidos orientada a nuestras audiencias, procurando que esté lo más conectada posible con las raíces culturales del Ecuador.	Radio Positiva TV mantiene un firme compromiso con la preservación, difusión de tradiciones y elementos representativos de la cultura local y ecuatoriana, a través de la creación y promoción de contenidos digitales.
¿Cómo abordan la diversidad cultural local en sus segmentos digitales?	Contamos con espacios musicales, como es característico de un medio de comunicación radiofónico, los cuales aprovechamos para difundir nuestra música en sus diferentes géneros. Además, damos protagonismo, a los actores culturales vinculados a estos espacios permanentes, para hablar sobre sus creaciones, relatar la historia	La emisora promueve la diversidad cultural local, mediante el uso estratégico de espacios musicales en su programación. De esta manera, crea un puente entre el medio de comunicación y su audiencia, fomentando la apropiación y valorización

	detrás de sus canciones y compartir el valor de las culturas que representan. Considero que, en nuestra zona geográfica, estos espacios son prácticamente únicos, ya que permiten destacar y poner en escena propuestas culturales que fortalecen nuestra identidad.	de la cultural local. Al mismo tiempo, posiciona a Positiva TV como un medio pionero en la promoción de expresiones culturales propias de Riobamba.
¿Qué criterios emplean para la selección de contenidos culturales en su red social Facebook?	Facebook funciona como un anclaje para la radio, ya que nos permite mantener un vínculo a través de transmisiones en vivo, de modo que las entrevistas, puedan ser vistas también por otros públicos. Puesto que, entendemos que las audiencias son diversas; no siempre quienes nos escuchan en el taxi, en el bus, en la oficina o en la casa, son los mismos que consumen nuestros contenidos en Facebook. Por eso, esta plataforma es una alternativa para expandir nuestra propuesta cultural. Generalmente realizamos transmisiones en vivo con los actores, y entrevistados de nuestros espacios culturales, buscando así ampliar nuestro alcance y fortalecer el vínculo con distintas audiencias.	El sistema empleado para la selección de contenidos en Facebook se basa en la complementariedad y en la expansión del alcance, lo que implica que no se limita únicamente a la reproducción del contenido radial. De modo que, su propuesta integra un entorno visual y participativo, adaptado a los formatos y lenguajes de la plataforma, lo que permite conectar con distintos tipos de público de manera eficaz y eficiente.
¿Qué tipo de contenidos considera que generan mayor conexión para	Nuestra radio cuenta con locución en vivo desde las 5 de la mañana hasta las 10 de la noche, lo que nos permite mantener un contacto directo con la audiencia. Destacan dos espacios	La estrategia de programación que prioriza la emisora se fundamenta en la cercanía y el arraigo cultural, considerados como

promover identidad cultural?	culturales: Camino Andino, dedicado a la música latinoamericana y conducido por Eduardo Yumisaca, y un programa nocturno de música tradicional ecuatoriana, dirigido por Fernando Avilés Mancero. Ambos espacios incluyen invitados, difusión de géneros tradicionales y reflexión sobre la historia y cultura de las canciones, fortaleciendo así la identidad cultural.	pilares esenciales para fortalecer la conexión con la audiencia. Además, la participación de actores culturales e invitados otorga profundidad a los contenidos ya que permite no solo el disfrute musical, sino también la comprensión de su contexto histórico y cultural. Esto evidencia un compromiso activo con la preservación y difusión del patrimonio cultural intangible.
¿Qué impacto tienen los comentarios o reacciones en la revisión de sus contenidos?	Nuestros espacios culturales surgen de la retroalimentación de los usuarios, quienes, aunque son pocos, en su mayoría (aproximadamente el 90%) apoyan estos contenidos y valoran su aporte cultural.	La retroalimentación tiene un impacto significativo ya que incide en la continuidad y formato de los contenidos culturales.
¿Qué dificultades han enfrentado al digitalizar contenidos culturales sin perder su autenticidad?	En cuanto a la digitalización de contenidos, no hemos enfrentado dificultades para mantener su autenticidad, ya que forma parte de un proceso continuo de adaptación en la historia de la radio: desde los carretes y cassettes, pasando por los CDs, hasta llegar a la digitalización y automatización actuales. Además, hemos incorporado redes sociales, plataformas virtuales y aplicaciones móviles, siempre con la convicción de	La emisora demuestra una notable capacidad de adaptación tecnológica en el proceso de evolución de la radio. En este sentido, la constante actualización de Positiva TV evidencia que la digitalización no representa una amenaza a su autenticidad; por el contrario, constituye una

	que la actualización constante es clave para el éxito.	oportunidad para incorporar nuevas herramientas y seguir promoviendo contenidos culturales auténticos.
¿Cuál ha sido el rol del equipo de producción en la creación de contenidos con enfoque cultural?	El rol de la producción es fundamental en un medio de comunicación, ya que los productores son quienes descubren cómo conectar con la audiencia: qué tipo de música programar, qué avances compartir, qué fotografías publicar y qué escenas pueden captar el interés del público. Por eso, considero que la producción es el pilar más importante en nuestra labor comunicacional.	El equipo de producción cumple un rol mediador entre los contenidos culturales y los intereses de la audiencia, convirtiéndose en el núcleo estratégico y analítico en la toma de decisiones sobre la programación.
¿Qué prioridad tiene el público joven en su planificación de contenidos digitales?	Nos enfocamos especialmente en niños y jóvenes a través de las plataformas virtuales, porque creemos que inyectar contenido cultural en estas generaciones es clave para mantener vivas nuestras culturas. Si no hacemos ese trabajo, se corre el riesgo de crear un bache generacional que perjudica la continuidad cultural. A diferencia de los adultos, que ya tienen un esquema de consumo establecido, los más jóvenes aún están en proceso de formación y esperan estos espacios. Desde nuestro medio, aportamos a ese proceso a través de la comunicación.	Con el objetivo de evitar la desconexión de las nuevas generaciones, la juventud se convierte en la principal prioridad dentro de los contenidos digitales, pues no solo consumen cultura, sino que también participan activamente en la construcción de sus propias identidades.

¿Cómo interpretan el bajo consumo diario de contenidos digitales culturales entre los jóvenes?	El bajo consumo de contenidos digitales culturales entre los jóvenes se debe, en gran parte, a la pérdida de espacios formativos en valores dentro de la educación media. Ya no existen asignaturas como educación musical o cívica, donde se aprendía sobre autores, canciones, danzas y, sobre todo, sobre identidad y pertenencia: lo que significa ser ecuatoriano, montubio, indígena o afrodescendiente. La ausencia de estas materias ha generado un vacío que dificulta el interés y la valoración de lo cultural desde edades tempranas.	En la actualidad, la educación tiende a priorizar áreas como las matemáticas y la historia básica, dejando de lado la formación cultural integral. Es por ello, que los medios de comunicación y los actores culturales asumen la responsabilidad de llenar ese vacío, reforzando el vínculo de las nuevas generaciones con su identidad cultural.
¿Cómo evalúan el impacto cultural de sus contenidos en la audiencia joven?	Hemos tenido muy buenas experiencias con la participación de sectores culturales en nuestras iniciativas, porque cuando se habla de Positiva TV en concursos o festivales, se reconoce la seriedad y responsabilidad con que trabajamos. Hemos organizado concursos musicales con hasta 90 participantes y fuimos pioneros en realizar un concurso de danza. También impulsamos el concurso de los Diablos Sesquicentenarios, vinculado a la figura tradicional del Diablo de Lata, este evento superó los 100 participantes, lo cual demuestra cómo estos espacios culturales pueden atraer	La difusión cultural debe fundamentarse en la construcción de una narrativa innovadora que conecte con las audiencias contemporáneas. En este contexto, la participación activa de la juventud en los eventos y concursos organizados por la emisora no solo refleja un impacto positivo, sino que también evidencia el reconocimiento externo del público hacia la estrategia de gestión cultural implementada.

	e involucrar a las nuevas generaciones.	
¿Cómo planean involucrar a jóvenes interesados que aún no participan activamente en los contenidos digitales?	Como mencioné antes, mantenemos un acercamiento constante con las audiencias a través de concursos y espacios que les permitan mostrarse. Un joven no llegará a ganar un Grammy ni a presentarse en un escenario como el Teatro Nacional Sucre si no tiene oportunidades previas para desarrollar y visibilizar su talento, sin escenarios y sin presencia en los medios, es muy difícil alcanzar ese objetivo.	La estrategia de la emisora para garantizar el acceso permanente de los jóvenes a espacios culturales debe reforzarse mediante campañas de difusión más efectivas, incorporando dinámicas innovadoras que mejoren la convocatoria, amplíen el alcance y fomenten una mayor participación de la audiencia juvenil.
¿Cómo identifican las necesidades culturales de su audiencia digital?	Nos guiamos por lo que el público expresa en sus comentarios. Si preguntan por qué no se difunde cierto contenido, nosotros generamos esa difusión; si piden algo, buscamos crear esos espacios. En los medios no estamos solo para hablar o poner música, también debemos escuchar. Escuchar a la audiencia es esencial, porque eso nos permite responder a sus necesidades reales. Además, debemos priorizar a los grupos minoritarios, que muchas veces son los que más requieren apoyo.	La interacción en redes sociales constituye una herramienta comunicacional clave para conocer e interpretar las demandas del público en torno a las propuestas culturales y sus contenidos.
¿Qué estrategias comunicativas aplican para fortalecer la	En Facebook, nuestros posts generan un sentimiento de pertenencia en la audiencia, publicamos contenidos y esperamos sus comentarios, tanto en	La estrategia comunicativa en Facebook se basa en una comunicación bidireccional y en la observación

representación cultural en Facebook?	redes como en transmisiones en vivo, para saber qué estamos haciendo bien o mal. Esa retroalimentación guía nuestros siguientes pasos. En este contexto, si hablamos de un hecho cultural, observamos las reacciones del público para seguir creando contenidos similares. Al final, la cultura también es cuestión de gusto, y son los consumidores quienes nos dan la fuerza para seguir ejerciendo nuestro rol comunicativo.	constante de las reacciones del público. Además, esta interacción con la audiencia digital permite construir los contenidos de manera conjunta, orientando así las futuras publicaciones según sus intereses y respuestas.
¿Qué opinan sobre incorporar recursos más interactivos con el público?	Esa es una base fundamental para nosotros: estar atentos durante las transmisiones de desfiles y muestras culturales, describir lo que se ve en el escenario y resaltar lo valioso de esos momentos. La estrategia clave es tomar esos fragmentos de historia y transformarlos en contenidos más amplios y con respaldo, de modo que el público pueda consumir y valorar aún más esa riqueza cultural en el futuro	La interactividad en tiempo real refuerza el vínculo emocional del público con su identidad. Por lo tanto, es una forma de amplificar el valor de la narrativa cultural digital.
¿Cómo miden la participación del público en sus contenidos culturales?	Siempre realizamos una evaluación posterior a cada actividad, transmisión o concurso. Primero analizamos nuestras propias falencias y luego consideramos la opinión del público, tanto lo positivo como lo negativo. Esto nos permite identificar con claridad lo que la audiencia realmente desea. En este sentido, si el rechazo es	La disposición a replantear formatos ante el rechazo y a consolidarlos cuando hay respaldo, evidencia una lógica de mejora continua centrada en la recepción de la audiencia.

	significativo, es una señal de que debemos replantear el enfoque, pero, si hay aceptación y la gente lo apoya, entonces debemos continuar y fortalecer lo que venimos haciendo.	
--	---	--

Fuente: Elaboración propia

4.2. Discusión de Resultados

Los hallazgos obtenidos a partir de las técnicas e instrumentos de investigación como matrices de análisis de contenido, encuestas aplicadas a los jóvenes de la ciudad de Riobamba y entrevistas efectuadas a expertos en el ámbito, en primer lugar, permiten responder al objetivo general del proyecto de investigación: analizar la representación de la identidad cultural en los contenidos digitales de la Radio Positiva TV durante el período de noviembre de 2023 a junio de 2024 para identificar su impacto en la audiencia y en la construcción de la identidad cultural de los jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba.

Con respecto a la representación de la identidad cultural, el 60% de los encuestados considera que los contenidos digitales de la emisora reflejan adecuadamente la identidad cultural de Riobamba, y el 74% indica que han influido positivamente en la percepción cultural. No obstante, un 33% no percibe una representación cultural adecuada. Estos resultados reflejan que, aunque Positiva TV ha adoptado plataformas digitales como medio de difusión cultural, su impacto en la audiencia joven es limitado, con un 38% de los encuestados que rara vez consume sus contenidos.

Esto coincide con la necesidad planteada por Velásquez Benavides, Rodríguez y Suing (2018) quienes afirman: “en la actualidad, es posible establecer redes de comunicación gracias a las plataformas de la Web 2.0 y las redes sociales, las cuales funcionan como canales que impulsan la cultura participativa”(p.34). En efecto, hoy en día se debe desarrollar

estrategias digitales más interactivas para fortalecer la identidad cultural local y el vínculo con el público.

En cuanto a los patrones de consumo, solo el 15% de los encuestados accede diariamente a los contenidos digitales de la emisora. Por ende, este bajo nivel de engagement con la audiencia joven es preocupante considerando lo que señalan Arévalo, Henríquez y Erazo (2022) “Las redes sociales han evolucionado más allá de la comunicación simple, convirtiéndose en plataformas donde los jóvenes intercambian experiencias personales, sociales y culturales. En consecuencia, están expuestos a su influencia y puede ser positiva o negativa según su uso”(p.150). Por ende, es crucial que la emisora aproveche al máximo las herramientas de las plataformas digitales con el objetivo de aumentar la participación de la audiencia joven.

En el estudio realizado por Sanabria (2017) sobre el consumo de radio cultural en adolescentes de Bucaramanga, Colombia, se evidenció que las emisoras culturales registran bajos niveles de sintonía juvenil en comparación con las emisoras comerciales. Esta diferencia se atribuye principalmente a la falta de contenidos innovadores que logren captar el interés de este público. Por lo tanto, el índice de participación de la audiencia joven está vinculado a la implementación de estrategias comunicacionales interactivas, así como a la creación de espacios culturales diarios que permitan a los jóvenes construir un sentido de identidad cultural en relación con el medio de comunicación.

A su vez, el 83% de los encuestados indica “sí definitivamente” y “sí probablemente” sobre la necesidad de incorporar elementos más interactivos en los contenidos digitales de la emisora, lo que coincide con las sugerencias de mejora, donde el 50% de la audiencia solicita contenidos digitales más interactivos. Por lo tanto, estos resultados responden directamente a lo que Pérez et al. (2023) asegura: “Los medios de comunicación deben proporcionar al público de las redes sociales contenidos y enfoques que resulten atractivos para ellos” (p.40).

La opinión del público es, por tanto, clave para determinar el enfoque y tipo de contenido que consumirán.

Por otro lado, las matrices de análisis de contenido cualitativa y cuantitativa revelan que las estrategias comunicacionales de Radio Positiva TV para representar la identidad cultural en sus publicaciones se basan en el uso de narrativas digitales. Como Sobeida (2021) la define: “Es la fusión de la narración tradicional con las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), integrando imágenes, audio, música, efectos y textos (...) permitiendo así la creación de historias dinámicas y significativas que transforman la manera de relatar" (p.850).

En este contexto, presentan las tradiciones, costumbres y expresiones artísticas de la ciudad de Riobamba mediante segmentos como: La Riobambeñidad- Ecuatorianidad, Opinión Positiva, Fuera de Cancha, Vibra Positiva, De bohemia con Marco Morales y Bohemios del Deporte. Además, se enfocan en la red social Facebook, cuyos formatos son: podcast, infografías, entrevistas y transmisiones en vivo a autoridades, influencers, artistas, emprendedores y expertos en diferentes áreas.

Sin embargo, la promoción de la diversidad cultural de Radio Positiva TV es limitada ya que los contenidos que representan la identidad cultural riobambeña, no logran mayor alcance ni interacción con el público, evidenciando la falta de impacto e interés de la audiencia en las publicaciones, lo cual perjudica la construcción de una comunidad digital. De acuerdo con Cabrera (2010) “La interactividad refuerza vínculos entre el medio y su público, como entre los mismos usuarios. Actualmente, las audiencias no solo reaccionan pasivamente, sino que participan activamente de múltiples formas en los espacios digitales” (p.67). Demostrando que la clave para el éxito de un medio digital es fortalecer la comunicación con el objetivo de fomentar la participación activa de los usuarios.

Es por ello que, con el objetivo de fomentar la participación activa de los usuarios, investigaciones como la de Erazo (2023) sobre la radio Novedades 1100 AM en Latacunga,

Ecuador, evidencian cómo esta emisora ha fortalecido su sentido de identidad cultural a través del programa “Mashkeando Cultura”. Este programa ha implementado estrategias digitales con un enfoque intercultural orientadas a la creación de contenidos que buscan mejorar el vínculo y el interés de los jóvenes hacia la emisora. Dado que, uno de los principales hallazgos señala que la audiencia juvenil muestra interés por contenidos de temática cultural, aunque manifiesta desinterés por los formatos convencionales y poco atractivos en los que generalmente se presentan.

Esto sugiere que la emisora debe apostar por la generación de contenidos innovadores, incrementar la frecuencia de publicaciones culturales y establecer un vínculo efectivo entre dichos contenidos y la preservación de la identidad cultural. En este sentido, las entrevistas efectuadas tanto al experto en identidad cultural como al medio de comunicación, profundizan en la necesidad de preservar la identidad cultural de Riobamba mediante estrategias digitales innovadoras que combinen el contexto histórico-cultural con un lenguaje juvenil. Ambos coinciden en que la clave para conectar con jóvenes radica en equilibrar el respeto al patrimonio intangible con dinámicas contemporáneas como gamificación, narrativas digitales y métricas que midan el impacto cualitativo y cuantitativo, evitando caer en representaciones culturales superficiales.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.CONCLUSIONES

- Las estrategias comunicacionales de Positiva TV para representar la identidad cultural de Riobamba se enfocan en el uso de la red social Facebook, con el objetivo de ampliar su alcance e impacto. Asimismo, incluyen la producción de segmentos y concursos que ofrecen un espacio para visibilizar el talento, las costumbres y las tradiciones locales. No obstante, estas iniciativas carecen de un enfoque multiplataforma que permita potenciar su relevancia; esto responde a la falta modernización en los formatos de los contenidos culturales y a su escasa adaptación a un lenguaje digital juvenil, lo cual limita no solo el consumo, sino también la participación activa y la construcción del sentido de identidad cultural entre los jóvenes.
- Las plataformas digitales de Positiva TV evidencian que la emisora realiza la difusión de contenidos con temáticas culturales con el propósito preservar y promover la diversidad cultural en Riobamba. Sin embargo, su impacto es limitado debido a que no se aprovechan las plataformas preferidas por los jóvenes, como TikTok e Instagram. En consecuencia, las publicaciones registran bajos niveles de interactividad por parte de la audiencia. Cabe destacar, el éxito del concurso “Diablo de Lata”, que contó con una amplia aceptación y participación de niños, jóvenes y adultos, demostrando que, cuando se combinan la tradición con dinámicas digitales participativas, la emisora logra vincular efectivamente a las nuevas generaciones con su herencia cultural.
- La elaboración del manual de estilo periodístico enfocado en la identidad cultural, representa un aporte significativo para una práctica comunicacional más ética, inclusiva y comprometida con la diversidad cultural. Por ende, este documento orienta a los periodistas a reconocer el valor de las expresiones culturales como manifestaciones vivas, que deben ser abordadas con respeto, contexto y consentimiento, con el objetivo de generar contenidos que reflejen la riqueza intercultural de nuestras sociedades y construir relatos que contribuyan a una ciudadanía más crítica, empática y consciente del valor del patrimonio cultural que nos rodea.

5.2. RECOMENDACIONES

- En primer lugar, se recomienda que Radio Positiva TV incorpore diversas herramientas de la Web 2.0 para producir contenido original, atractivo de manera frecuente y estratégica creando. Dado que, es fundamental establecer presencia en múltiples plataformas como Instagram, TikTok y YouTube, adaptando cada publicación al formato y estilo propio de cada red. Asimismo, se sugiere el uso de herramientas de analítica para medir y evaluar el impacto del contenido en la audiencia, con el objetivo de incrementar la visibilidad de los temas culturales en el entorno digital y fomentar una mayor conexión y participación activa del público.
- La implementación de una estrategia de comunicación 360° en cada una de las plataformas y canales digitales utilizados por la emisora. Con el propósito de mantener una línea de comunicación unificada, garantizando la coherencia en los mensajes, el tono y la identidad cultural de Positiva TV. Esto permitirá mejorar la experiencia del usuario, fortalecer su confianza y aumentar la credibilidad de la radio, lo que incidirá positivamente en su posicionamiento como un medio comprometido tanto con la difusión y preservación de la identidad cultural local como con las nuevas dinámicas de consumo digital.
- Difundir el manual de estilo periodístico enfocado en la identidad cultural en espacios formativos y profesionales vinculados al periodismo y la comunicación con talleres prácticos o conversatorios que permitan a periodistas, estudiantes y comunicadores aplicar sus contenidos y reflexionar sobre su papel en la representación cultural de los pueblos y territorios. Para ampliar su alcance, es fundamental difundirlo en formato digital a través de plataformas institucionales, redes sociales, boletines informativos y seminarios web, incentivando su uso como herramienta de consulta permanente.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

Introducción:

El periodismo no se limita a informar sobre los hechos; al contrario, construye realidades y fomenta una opinión crítica en los miembros de una sociedad, ya que moldea su forma de pensar y actuar. En este contexto, el ejercicio periodístico, como herramienta de conciencia cultural, tiene la responsabilidad de reflejar con imparcialidad y profundidad la diversidad de identidades culturales que coexisten en un territorio.

Con el paso del tiempo, múltiples expresiones culturales han quedado en el olvido o han sido reducidas a una visión folclórica y exótico sin ningún contexto histórico que fundamente la visión original de los pueblos. Por ello, la investigación minuciosa sobre temas culturales, el uso de un lenguaje correcto, las representaciones y coberturas adecuadas, contribuyen y fortalecen su comprensión.

Este manual se presenta como una herramienta para guiar y apoyar la labor de los periodistas que cumplen con el compromiso de narrar historias de las culturas desde una perspectiva comunicacional. Su finalidad es brindar una orientación más consciente, ética e intercultural con el legado de los pueblos. A lo largo del texto se abordan principios, conceptos y casos prácticos que servirán de guía para que los comunicadores identifiquen posibles riesgos, implementen prácticas efectivas y elaboren contenidos que promuevan la identidad cultural, impulsando así una sociedad más inclusiva y comprometida con el respeto a su diversidad.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un manual de estilo periodístico enfocado en la identidad cultural, con el objetivo de fortalecer la conciencia cultural entre los profesionales del periodismo.

Objetivos Específicos

- Desarrollar herramientas prácticas para evitar estereotipos y distorsiones en la cobertura periodística de temas culturales.
- Establecer estrategias comunicacionales que promuevan el respeto a la diversidad cultural mediante el uso adecuado del lenguaje en los contenidos periodísticos.

Justificación

En el ámbito del periodismo actual, la cobertura de los temas culturales enfrenta un desafío significativo: su narrativa, la cual, ya sea por el desconocimiento o limitaciones, reproduce omisiones, estereotipos e incluso distorsiones que tergiversan la comprensión e identidad cultural del público. Cabe resaltar que esta problemática no solo afecta la calidad de la información, sino que además perpetúa la exclusión del contexto histórico de las culturas, que contradice los principios éticos del periodismo. Por consiguiente, es fundamental, desarrollar instrumentos que permitan a los profesionales de la comunicación abordar estas temáticas con la responsabilidad y sensibilidad que requieren.

El presente manual de estilo periodístico sobre identidad cultural, busca propiciar el tratamiento adecuado y exhaustivo en las redacciones periodísticas, dado que rara vez se abordan con profundidad las particularidades que exige la producción de contenidos sobre las manifestaciones culturales diversas. En este sentido, su elaboración se fundamenta en el reconocimiento de que el periodismo actúa como constructor de realidades sociales y es por ello que, cuando los medios presentan perspectivas fragmentadas de ciertos grupos y actividades culturales, desinforman y contribuyen a la marginación simbólica.

De modo que el manual responde a una necesidad profesional y social, ya que facilita la construcción de discursos mediáticos que reflejen de manera auténtica la pluralidad de la cultura existente. Además, integra herramientas teóricas y prácticas como: conceptos claves, glosario, matriz de evaluación de contenidos y guías de lenguaje inclusivo, con el objetivo de trasladar los conocimientos teóricos a la práctica del periodismo cotidiano, de manera que su impacto se refleje en la calidad de las coberturas culturales.

En definitiva, al proporcionar a los periodistas las herramientas necesarias para abordar la diversidad cultural con rigor y respeto, este manual contribuye no solo al mejoramiento del ejercicio periodístico, sino también al fortalecimiento del diálogo intercultural, razón por la cual su desarrollo representa un aporte significativo para el campo de la comunicación social.



MANUAL DE ESTILO PERIODÍSTICO

Enfoque en la Identidad Cultural



2025

EMILY NINOSKA MOSQUERA CHICHANDE



ÍNDICE

Fundamentos conceptuales

Concepto de Cultura

Definición de identidad cultural

Diversidad cultural y patrimonio (material e inmaterial)

Comunicación intercultural

Problemas comunes en la cobertura cultural

Estereotipos más frecuentes en el periodismo cultural

Omisiones y distorsiones

Consecuencias para las comunidades

Herramientas para una cobertura responsable

Lista de preguntas guía para el periodista (autoevaluación)

Checklist para coberturas culturales

Antes de la cobertura

Durante la cobertura

Después de la cobertura

Estrategias comunicacionales por formato

Guía básica de lenguaje respetuoso e inclusivo.

Consejos para una representación inclusiva

Consentimiento y contexto: Recomendaciones

Buenas prácticas en periodismo cultural

Ejemplos reales de coberturas respetuosas e interculturales

El caso “Salango” – Reportaje (Ecuador)

El caso “Sarayaku”– Documental (Ecuador)

El caso “Ayapaneco” - Reportaje (México)

Principios éticos para periodistas culturales



Transparencia en la representación

Equilibrio entre divulgación y profundidad

Revisión por parte de los grupos comunitarios

Impacto cultural del contenido

Reconocer el tipo de enfoque

Glosario de términos interculturales

Referencias Bibliográficas:



Fundamentos conceptuales

Concepto de Cultura

La cultura ha sido objeto de múltiples estudios en el ámbito académico, como lo señala Tibán (2009):

La cultura engloba todas las manifestaciones, tanto tangibles como intangibles, que definen a una comunidad. Es el prisma a través del cual un grupo humano interpreta y percibe la realidad. En ella se incluyen saberes, lengua, creencias, expresiones artísticas, valores, normas, tradiciones, estructuras sociales, costumbres, hábitos y actitudes (p. 38).

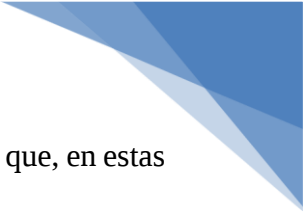
Esta perspectiva resulta clave para comprender el enfoque del presente manual, ya que permite comprender que las prácticas culturales que abordamos no son expresiones cerradas o aisladas, al contrario, son manifestaciones vivas e interrelacionadas que se transforman con el contexto social y generacional de la sociedad. En este sentido, facilita la valoración y preservación de sus elementos distintivos.

Definición de identidad cultural

Los miembros de una sociedad se definen por la interacción constante que mantienen entre sí dentro de un mismo entorno, lo que da lugar a una construcción social compartida, tal como lo señala Mac (2008):

La identidad cultural se manifiesta como un sentimiento de pertenencia y distinción que surge en las actividades diarias y rituales de una comunidad. Esta identidad se construye, transmite y transforma mediante una producción simbólica que toma forma en dos dimensiones principales: la acción social y los procesos de significación, es decir, los actos y discursos que se desarrollan a través de la práctica vivida y compartida (p. 113).

Esta afirmación resalta que la identidad cultural es una experiencia colectiva que se expresa constantemente en el quehacer cotidiano de una comunidad, lo cual permite comprender los



significados culturales que se crean mediante interacciones sociales. Es por ello que, en estas dinámicas, los símbolos como la lengua, los gestos y las costumbres desempeñan un papel fundamental para observar cómo se produce y reafirma la identidad cultural compartida que distingue a un grupo frente a otros.

Diversidad cultural y patrimonio (material e inmaterial)

Para comprender la complejidad del patrimonio cultural, es importante considerar la definición que ofrece UNESCO (2018):

El patrimonio cultural va más allá de los monumentos y objetos materiales; también abarca aquellas tradiciones y expresiones vivas que hemos recibido de generaciones pasadas y que seguimos transmitiendo, lo cual incluye: relatos orales, artes escénicas, costumbres sociales, rituales, celebraciones, conocimientos sobre la naturaleza y el cosmos, así como habilidades y técnicas propias de la artesanía tradicional.

El verdadero patrimonio de un pueblo reside en las prácticas cotidianas, saberes ancestrales y expresiones sociales que se transmiten casi sin darse cuenta. Es por ello que, estas manifestaciones, aparentemente simples, constituyen la memoria viva de una comunidad, un legado intangible que, al desaparecer, deja un vacío imposible de llenar con simples registros históricos, ya que con ellas se va la esencia propia de una cultura.

Comunicación intercultural

Se adopta una visión de la comunicación intercultural que no se limita al contacto entre culturas distintas, sino que exige relaciones basadas en el respeto, la equidad y la simetría, evitando prácticas que refuercen desigualdades estructurales. Como señala Pech, Romeu y Rizo (2016) “La interculturalidad se basa en la construcción de relaciones equitativas entre culturas, evitando que el poder de los grupos culturales dominantes genere desigualdades frente a comunidades minoritarias” (p. 53).

Por lo tanto, la verdadera interculturalidad se fundamenta en promover un proceso justicia social que genere espacios de diálogo donde todas las culturas tengan voz, presencia y



reconocimiento. Asimismo, implica garantizar una representación equitativa e inclusiva entre los diferentes grupos culturales que conforman una sociedad, capaz de transformar las estructuras de poder históricamente establecidas.

Problemas comunes en la cobertura cultural

Estereotipos más frecuentes en el periodismo cultural

Evitar representar las culturas como “exóticas” “misteriosas”	Este tipo de etiquetas minimizan a las culturas como algo meramente visual o folklórico. Por ende, se perpetua la visión superficial y turística que no reconoce su significado histórico y ancestral.
No usar imágenes y lenguaje coloniales	Se debe evitar reforzar visiones y términos que caricaturicen a los pueblos tales como: la “tribu primitiva”, lo correcto es utilizar terminología respetuosa, actualizada, aceptada y reconocida por la comunidad.
Reconocer la diversidad de cada cultura	En una misma comunidad coexisten múltiples diferencias entre sus miembros, por lo que ningún pueblo es homogéneo y factores como la edad, el género, las costumbres y las tradiciones contribuyen a conformar la diversidad de su realidad.
No presentar las prácticas culturales en tiempo pasado	Los pueblos tienden a ser mostrados como si no tuvieran noción del tiempo, lo cual niega la que son una sociedad que vive en el presente con luchas y problemáticas actuales.
Evitar exotizar lo diferente o las particularidades	Las diferencias culturales no deben presentarse como un espectáculo o algo extraño, sin su contexto histórico. Por lo tanto, deben presentarse con respeto y tras una investigación previa.

Omisiones y distorsiones



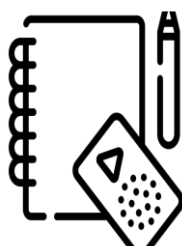
-No representar una cultura sin incluir las voces de sus propios miembros

Hablar de una comunidad debe incluir la voz de sus miembros, quienes deben ser protagonistas de la cobertura y no una presencia decoración.



-Contextualizar cada expresión cultural

Cada tradición y costumbre posee su historia y origen. De modo que, omitir su significado puede tergiversar y empobrecer el verdadero mensaje.



-Evitar imponer tu interpretación

El deber de un periodista es investigar, acercarse a la comunidad y a quienes realizan las prácticas culturales para conocerlas a profundidad, manteniendo la imparcialidad durante la cobertura.



-Verificar el enfoque de temas relevantes

La cultura no solo se basa en las fechas festivas, al contrario se debe dar a conocer sus luchas, saberes ancestrales y sus derechos. Dado que, al no realizarlo se crea una versión incompleta y marginilizada de las temáticas culturales.



-Citar fuentes legítimas y diversa

Se debe evitar que los expertos hablen en nombre de la comunidad sin conocer su realidad de la misma, ya que la representación de su identidad debe construirse desde el interior.

Consecuencias para las comunidades

La invisibilización

- No cubrir las desigualdades e injusticias que vive una comunidad y realizarlo solo en contextos de tragedia constituye una forma de violencia simbólica.

La autoestima

- Lo que se dice y la forma en que se expresa pueden influir en cómo los individuos tratan a los miembros de una comunidad o un grupo determinado.

La discriminación

- El enfoque con el que se representa una cultura puede generar discriminación si se destaca únicamente lo negativo y se omiten sus logros.

Estigmas y prejuicios

- No se debe reproducir narrativas negativas sin una investigación previa, ya que esto refuerza ideas que perjudican a la comunidad.

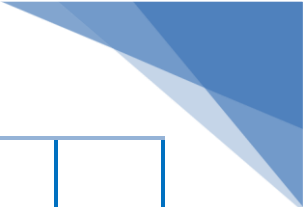
Herramientas para una cobertura responsable

En la era digital, los medios de comunicación cumplen un papel clave no solo en la difusión de contenidos, sino también en la construcción simbólica y en la construcción de la identidad cultural de la sociedad. Por esta razón, la cobertura de contenidos debe realizarse de manera ética y responsable.

Por ello, el uso de herramientas adecuadas para una cobertura responsable es fundamental para garantizar que los contenidos difundidos a través de los medios de comunicación digitales no minimicen ni tergiverse el sentido de identidad cultural en cada publicación. Con la finalidad, de promover la diversidad, la interculturalidad, las tradiciones, costumbres, creencias y formas de organización social.

Asimismo, la incorporación de la identidad cultural en los contenidos digitales permite fomentar espacios de expresión, reconocimiento y transmisión del sentido de pertenencia a una comunidad.

2.1. Lista de preguntas guía para el periodista (autoevaluación)	Respuestas	
	Sí	No
1. ¿Mis publicaciones abordan temáticas relacionadas con las tradiciones, costumbres o expresiones culturales de Riobamba?		
2. ¿Incluyo en mis entrevistas testimonios de artistas o personajes relevantes que aborden temas culturales locales?		
3. ¿Evito reproducir estereotipos sobre lo cultural o lo indígena en mis contenidos?		
4. ¿Utilizo un lenguaje adecuado, ético y respetuoso al referirme a los pueblos, culturas y tradiciones de la ciudad?		
5. ¿La narrativa y el formato que utilizo contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia y reconocimiento local?		
6. ¿Incluyo en mis contenidos a personas de diferentes etnias desde su propia identidad y perspectiva?		



7. ¿Difundo contenidos que reflejan la realidad intercultural de Riobamba?		
8. ¿La narrativa y el formato que utilizo me permiten resaltar elementos culturales como la música, vestimenta, idiomas y otros símbolos identitarios?		
9. ¿Estoy aprovechando las herramientas digitales para conectar emocionalmente a la audiencia con su identidad cultural?		
10. ¿Tomo en cuenta la interactividad y participación del público al tratar temas culturales en mis contenidos?		
11. ¿Estoy contribuyendo a generar un sentido de pertenencia entre los miembros de mi comunidad digital?		
12. ¿Tengo claro que al representar la cultura local estoy también cumpliendo una función educativa y de conservación?		
13. ¿Soy consciente de que al representar la cultura local también cumplo una función educativa y de conservación?		
14. ¿He distribuido contenidos culturales basándome en principios éticos profesional del comunicador?		
15. ¿Investigué y analicé los elementos culturales, simbólicos o sagrados antes de publicar mi contenido?		

3.2. Checklist para coberturas culturales

El checklist permite al periodista verificar que cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo una cobertura cultural de manera profesional y organizada. Asimismo, garantizan la disponibilidad de insumos logísticos y materiales de apoyo indispensables para el trabajo comunicacional. Por ende, su correcta aplicación contribuye de forma significativa en todas las etapas de la cobertura: antes, durante y después del evento.

-Marca con ✓ (sí) o X (no) según corresponda.

Antes de la cobertura	✓	x
Definir y conocer sobre el tema cultural que se va a cubrir.		
Preparar preguntas previas para las entrevistas.		
Investigar sobre autoridades, artistas o invitados.		
Verificar la ubicación, lugar y hora del evento.		
Gestionar transporte y permisos de accesos.		
Cargar equipos necesarios como cámara, grabadora, baterías, celular, micrófonos, etc.		
Llevar credencial de prensa del medio de comunicación al cual se va a representar.		
Contactar a las fuentes previo para confirmar entrevistas.		

Durante la cobertura	✓	x
Confirmar el conocimiento sobre el tema cultural que se va a cubrir.		
Asegurarse de que todos los equipos funcionen antes de iniciar.		
Realizar tomas rápidas y detalladas sobre el evento.		
Tomar notas de los aspectos más relevantes del evento.		
Verificar correctamente los nombres de autoridades o artistas invitados.		
Grabar testimonios de autoridades, artistas u otros actores.		
Revisar que las grabaciones, fotos y archivos estén guardados correctamente.		



Después de la cobertura	✓	✗
Revisar el material recopilado durante la cobertura.		
Editar adecuadamente el material audiovisual o sonoro.		
Redactar el copy para redes sociales de forma clara y efectiva.		
Añadir fuentes, créditos o mencione si corresponde.		
Verificar la sintaxis y ortografía de los textos que se van a publicar		
Publicar el contenido en todas las plataformas digitales del medio de comunicación.		

Estrategias comunicacionales por formato

- Utilizar narrativas orales que valoren los relatos ancestrales y las lenguas originarias,

Radio

ya que combate la erosión cultural.

Ejemplo: Un programa radial en quechua con leyendas andinas, seguido de una explicación en español.

- Incluir música, sonidos ambientales y testimonios locales. Un reportaje sobre una festividad gana autenticidad con el fondo de los instrumentos musicales, ya que el sonido transporta y contextualiza.
- Evitar voces externas como únicas fuentes, se debe priorizar vocerías comunitarias.

Prensa escrita

- Contextualizar históricamente las prácticas culturales y explicar su vigencia actual.
- Incluir infografías, glosarios o mapas culturales.



Podcast

- Evitar un enfoque exótico o folklorizante. En este contexto ¿Mostrar a los indígenas siempre en trajes típicos? Eso reduce su identidad a un disfraz. Mejor mostrar cómo conviven tradición y modernidad.
- Crear episodios con estructura narrativa que refleje procesos culturales desde la voz de los protagonistas, con una estructura dinámica ya que la cultura se cuenta de forma innovadora, no como un catálogo
- Incluir música tradicional o sonidos locales para ambientar.
- Respetar el ritmo oral de los hablantes, ya que cortar las pausas de un narrador es violento e irrespetuoso.

Redes sociales

- Diseñar contenidos visuales atractivos (reels, carruseles, microvideos) con información clave y simbólicamente precisa.
- Usar hashtags culturales y etiquetas comunitarias con consentimiento.

Blogs / Sitios web

- Promover la interacción mediante preguntas, encuestas o foros.
- Profundizar en el análisis sociocultural con enlaces a fuentes comunitarias o académicas.
- Incorporar fotografías con contexto y créditos adecuados, ya que una imagen de un ritual sin explicar quiénes son las personas, dónde y por qué ocurre, es turismo espiritual
- Aportar recursos descargables (audios, entrevistas, mapas culturales).

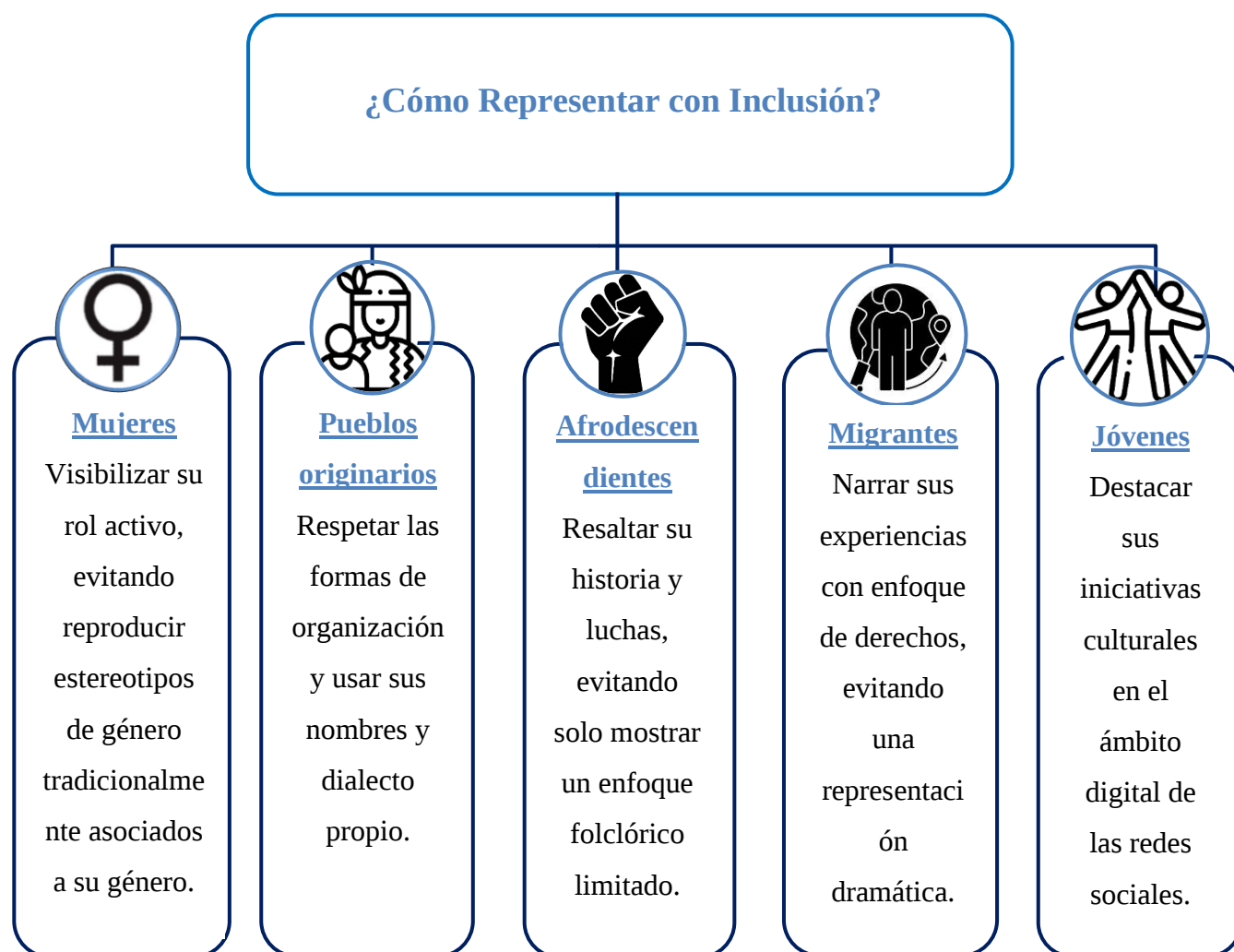
Guía básica de lenguaje respetuoso e inclusivo.

El lenguaje empleado en la cobertura de contenidos culturales es clave para la construcción de relaciones sociales, ya que, a través de las palabras, no solo se transmite información,

sino también valores y creencias. Por ello, es fundamental que los medios de comunicación reflexionen sobre el lenguaje que utilizan y comprendan cómo este influye en una comunicación más clara, respetuosa e inclusiva, libre de discriminación. A continuación, se presenta la tabla sobre el uso apropiado del lenguaje en coberturas culturales:

Recomendación clave	¿Por qué es importante?	Ejemplo correcto	Ejemplo a evitar
Usar términos precisos y adecuados	Reflejar la identidad cultural sin reducirla a lo superficial.	"Mujer indígena"	"La señora vestida de indígena"
Incluir a todas las personas	Fomentar diversidad e inclusión.	"Las y los artistas locales" o "personas artistas"	"Los artistas" (cuando hay presencia femenina o diversa)
Respetar la autoidentificación	Usar los términos con los que las personas se reconocen.	"Persona trans" / "Pueblo afrodescendiente"	"Travesti" (sin contexto) / "Negro" (como etiqueta cultural)

Consejos para una representación inclusiva



Los medios tienen un poder enorme a la hora de dar forma a cómo las personas ven el mundo, razón por la cual se necesitan contenidos que reflejen de verdad la riqueza de nuestra sociedad: mujeres con voz propia, comunidades indígenas contando sus propias historias, migrantes que son más que cifras, jóvenes que rompen moldes. En este contexto, no se trata solo de incluir por incluir, sino de hacerlo con autenticidad, respetando sus derechos y dejando que participen activamente. Al fin y al cabo, una sociedad más justa se construye con relatos más diversos.

Consentimiento y contexto: Recomendaciones

01

Pedir consentimiento informado: Antes de realizar cualquier recopilación de contenido (foto, video) y publicar, se debe preguntar si están de acuerdo y explicar el uso del material.

02

Cuestionar los símbolos sagrados: Una costumbre posee múltiples elementos que no deben ser publicados y se debe respetar las normas de la comunidad.

03

Evitar imágenes estigmatizantes o sensacionalistas: Es fundamental destacar la alegría, riqueza y sabiduría presentes en las expresiones culturales cotidianas.

Este conjunto de recomendaciones es esencial, ya que destaca aspectos clave que deben ser considerados por los profesionales de la comunicación, dado que contribuyen a una ética basada en el respeto y en la representación responsable de la diversidad cultural. Por ello, la creación y difusión de contenidos relacionados con las expresiones culturales exige un compromiso genuino con los miembros y comunidades de los colectivos representados.

En este sentido, el manejo de material audiovisual en contextos culturales no se limita a capturar imágenes o grabar videos; por el contrario, requiere formular preguntas que permitan construir una narrativa que fomente el entendimiento simbólico, visibilice las prácticas cotidianas y preserve la memoria colectiva. De este modo, el compromiso periodístico es doble: con las comunidades que comparten su cultura y con las audiencias que interpretarán esos contenidos.

Buenas prácticas en periodismo cultural

Ejemplos reales de coberturas respetuosas e interculturales

El caso “Salango” – Reportaje (Ecuador)

Un equipo periodístico realizó un reportaje multimedia sobre cómo las comunidades kichwas de Cotacachi resisten ante la privatización de sus fuentes de agua, por parte de empresarios que compraron terrenos y restringieron su acceso.

Las voces y fuentes principales del trabajo fueron los líderes indígenas y mujeres agricultoras, no solo "expertos externos", combinando testimonios locales, fotografía documental y mapas interactivos. Con un enfoque inclusivo y respetuoso, se integraron términos en kichwa (ejemplo: Yaku = agua) sin exotizar, explicando su significado en contexto (Miño, 2025)

El caso “Sarayaku” – Documental (Ecuador)

En colaboración con comunicadores de Sarayaku, un equipo audiovisual representó la lucha del pueblo por defender su territorio desde una perspectiva espiritual donde la selva no es un “recurso” sino Kawsak Sacha = "Selva Viviente".

El documental, es narrado en español y kichwa, con subtítulos para ampliar su alcance, cabe mencionar que evita un relato victimizante y refleja las dificultades cotidianas de los habitantes, desde debates generacionales hasta tensiones por el rol de las ONGs, lo cual es visto por algunos como ayuda y otros ven imposición. Además, los videos de las ceremonias no romantizan la resistencia al contrario muestran un pueblo que defiende lo sagrado y la criminalización de los grupos de poder (AIEDMX, 2016)

El caso “Ayapaneco” - Reportaje (México)

El reportaje de la BBC News Mundo se enfocó en dar voz propia a los últimos hablantes del idioma Ayapaneco, quienes compartieron con su propios términos y significados correspondientes, en lugar de limitarse dar a conocer solo la posible extinción de esta lengua. En el trabajo combinó grabaciones en voz original con subtítulos en español, permitiendo que los protagonistas explicaran con emoción por qué resisten. De modo que, el formato multimedia de conversaciones cotidianas, reforzó la humanidad del relato, lejos del tono de obituario que suelen tener este tipo de notas (Arturo Hortas, 2012).



Principios éticos para periodistas culturales

Transparencia en la representación

Al utilizar imágenes, audios o videos editados, debe indicarse el motivo de la edición. Sin embargo, está prohibido manipular testimonios por intereses propios que distorsionen la realidad de una comunidad.

Equilibrio entre divulgación y profundidad

En los contenidos con temáticas complejas, se evitará simplificar la información en exceso, pero tampoco se recurrirá al uso de tecnicismos innecesarios.

Revisión por parte de los grupos comunitarios (cuando sea posible)

Si existe la oportunidad, los grupos representados deberán verificar la información antes de su publicación, especialmente en contextos sensibles.

Impacto cultural del contenido

La cobertura de temas culturales debe generar un impacto positivo, no limitarse a ser un contenido viral o llamativo.

Reconocer el tipo de enfoque

El comunicador debe reconocer su posición externa frente a la cultura representada, asegurando un tratamiento imparcial y evitando sesgos en la narrativa.

Glosario de términos interculturales

El siguiente glosario ha sido elaborado con fines orientativos y educativos, a partir de una revisión de fuentes institucionales y documentos especializados en interculturalidad. Con la finalidad de promover un uso del lenguaje que sea respetuoso, inclusivo y ético al abordar temas culturales. Este recurso no pretende ser exhaustivo, sino ofrecer una herramienta práctica que fortalezca el trabajo periodístico con enfoque intercultural.

Apropiación Cultural	Es la adopción o uso incorrecto de elementos culturales de un grupo minoritario por parte de un grupo dominante sin permiso o consentimiento de la comunidad originaria.
Autodeterminación	El derecho de los pueblos a decidir la forma en cómo quieren ser denominados y forma de organización. Las comunidades eligen su identidad y representación.
Consentimiento Previo, Libre e Informado (CPLI)	El derecho de los pueblos indígenas para poder aceptar o rechazar proyectos y estudios que afecten a la comunidad, después de ser informados.
Cosmovisión	Forma particular e integral de pensamiento que explica el origen y orden de la vida según la cultura de un pueblo.
Diálogo Intercultural	El proceso de comunicación respetuoso entre las personas y grupos de diferentes culturas que facilita la comprensión mutua.
Diálogo de Saberes	El intercambio igualitario entre los conocimientos tradicionales (ancestrales) y académicos.
Diversidad Cultural	Es la manifestación de varias culturas, tradiciones y formas de organización humanas que coexisten en un territorio específico.
Estereotipo Cultural	Es la asignación de una imagen reducida y generalizada a un grupo cultural, basado en prejuicios que ignora la diversidad de los miembros de una comunidad.
Folklorización	El uso de culturas como decoración sin entender su significado profundo.

Interculturalidad	Es un proceso social fundamentado en la interacción activa sin jerarquías entre las culturas, y que avanza hacia relaciones equitativas que van más allá de coexistir.
Identidad Cultural	El conjunto de tradiciones, costumbres, valores, creencias, forma de comportamiento y vestir que proporciona un sentido de pertenencia.
Lengua Materna	El primer idioma aprendido de un individuo, es la base de la identidad cultural de los habitantes de una comunidad.
Memoria Viva	Los conocimientos ancestrales transmitidos por generaciones y adaptados por las comunidades en su vida cotidiana.
Pluralismo Cultural	Es un modelo de organización social que establece marcos institucionales para proteger la diversidad y promueve la coexistencia pacífica de diversas culturas.
Pluriculturalidad	Describe la diversidad y coexistencia de múltiples culturas dentro de un mismo territorio.
Protocolo Comunitario	Las normas y reglamentos propios que regulan el acceso a territorios o saberes sagrados.
Representación Cultural	La manera en que las comunidades y grupos colectivos son mostrados e identificados en diferentes espacios, donde ellos mismos narran sus historias, tradiciones y preservan costumbres.
Representación Legítima	Garantizar que las voces mediáticas reflejen a portavoces y representantes reconocidos por su comunidad.
Territorio	El espacio vital que integra la tierra, la historia y derechos colectivos.
Tutela Cultural	La protección legal y ética de las expresiones y saberes colectivos.



Referencias Bibliográficas:

- AIEDMX (director). (2016, junio 29). *Ayapaneco, en riesgo de desaparecer* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=wOLY6acxQW4>
- Arturo Hortas (director). (2012, octubre 23). *El caso Sarayaku* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=cCC4oxX_-yE
- Mac, J. (2008). *Identidad y Globalización*. Cuadernos-Patrimonio Cultural y Turismo. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/cuaderno11_3_4.php
- Miño, E. (2025). *El caso Salango, explicado*. GK. <https://gk.city/2025/05/27/el-caso-salango-explicado/>
- Pech, C., Romeu, V., y Rizo, M. (2016). *Manual de comunicación intercultural*. <http://repositorioinstitucionaluacm.mx/jspui/handle/123456789/2439>
- Tibán, Á. (2009). *Módulo Identidad, Cultura y Género*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54941.pdf>
- UNESCO. (2018). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, F., y Illescas, D. (2021). *Estrategias de la comunicación digital en el manejo de redes sociales para la promoción de microempresas*. Killkana sociales: Revista de Investigación Científica, 5(3), 73–86.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8319489>
- Andrade, C., Colina, D., Díaz, E., & Vergel, J. (2012). *Sistema de mantenimiento preventivo para los equipos auxiliares de una turbina a gas general electric 7ea*.
<https://virtual.urbe.edu/tesispub/0093005/cap03.pdf>
- Andréu, J. (2001). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*.
<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/Las-t%C3%A9cnicas-de-an%C3%A1lisis-de-contenido-una-revisi%C3%B3n-actualizada.pdf>
- Angulo, M. (2019). *Cambios y continuidades en la transformación digital de los medios de comunicación peruanos. Análisis de las tesis peruanas sobre periodismo digital*. *Emprende y Transforma*. 1. 11-20. 10.33829/emprendeytransforma-0101-2019-11-20.
- Antunish, A. (2021). *Periodismo digital y emprendimiento en pandemia: Mapeo del surgimiento de medios en Ecuador*. #PerDebate, 5(1), Article 1.
<https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2327>
- Aparicio, W. (2021). *Concepto de cultura en antropología: El cambio cultural y social*. *Revista Internacional de Filosofía Teórica y Práctica*, 1, 143–156.
<https://doi.org/10.51660/riftp.v1i2.36>
- Araiza, V., Araiza, A., y Medécigo, D. (2020). *Cultura: Un asunto de información y comunicación*. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 26(51), Article 51.
<http://148.213.1.95/index.php/culturascontemporaneas/article/view/574>

- Araque, J. (2018). (PDF) *Guía para hacer una entrevista*. ResearchGate.
<https://doi.org/10.52948/germina.v1i1.65>
- Arévalo, L., Henríquez, M., & Erazo, C. (2022). (PDF) *Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador*. ResearchGate.
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>
- Barón, M., Duque, A., Mendoza, F., y Quintero, W. (2021). «Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara». *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa* 1(1):123-48. doi: 10.51660/ripie.v1i1.29.
- Cabrera, M. Á. (2010). *La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital*. Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i1.287>
- Cadenas, H. (2016). *La función del funcionalismo: Una exploración conceptual*. *Sociologías*, 18, 196–214. <https://doi.org/10.1590/15174522-018004107>
- Erazo, O. (2023). *Estrategias de promoción digital desde una perspectiva intercultural para Radio Novedades*. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9998>
- Escudero, R., Trujillo, J y Perez , F. (2019). *Identidad y cultura: Un viaje a las raíces Raramuri*. Boletín Redipe, 8(6), 174–184.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7528280>
- Giraldo, J. y LargoTaborda, W. (2020). *Educación propia como rescate de la autonomía y la identidad cultural*. Praxis, 16(2), Article 2.
<https://doi.org/10.21676/23897856.3657>
- Guarnizo, J., Villaroel, D., Romero, K. (2022). Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. Recuperado del:
<https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/914>

- Hadechini, L., García, A., y Simancas, S. (2020). *Memoria e identidad cultural indígena Zenú de juegos y rondas tradicionales*. Orbis: revista de Ciencias Humanas, 16(Extra 46), 96–108. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7611499>
- Hall, S., Restrepo, E., Walsh McDonald, C. E., y Vich, V. M. (2013). *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Quito: Corporación Editora Nacional, CEN; Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Pontificia Universidad Javeriana. Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar; Instituto de Estudios Peruanos, IEP. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7187>
- Jaillier, É. (2020). *Comunicación, sociedad del conocimiento y ciudad*. Universidad Pontificia Bolivariana. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/5458>
- Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. Bogotá: AREANDINA. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1399>
- López, M., Ávalos, P., y Solórzano, A., (2021). *Diseño de recursos didácticos en el rescate de costumbres y tradiciones. Elementos identitarios culturales*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926996>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* (1a ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa guía didáctica*. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

- Navarro Hoyos, S. (2022). *Identidad cultural en el Caribe colombiano. El caso del Carnaval de Barranquilla*. *Memorias*, 46, Article 46. <https://doi.org/10.14482/memor.46.394.25>
- Peña y Lillo, M. (2012). *La importancia del acuerdo entre codificadores para el análisis de contenido*. *Revista Comunicación y Medios*, 25, 47–56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5242647>
- Pérez, F. (2023). *Libro sobre el impacto del desarrollo digital en los medios de comunicación*. <https://www.fbbva.es/publicaciones/los-medios-de-comunicacion-en-la-era-digital-2/>
- Pérez, F., Gómez, Á. y Marín, I. (2021). *La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de interculturalidad*. *Revista de Comunicación*, 20(2), Article 2. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A5>
- Pérez, S., Gutiérrez, B., & López, X. (2020). *Periodismo digital y alta tecnología: De la consolidación a los renovados desafíos*. *index.comunicación*, 10(3), Article 3. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Period>
- Petrone, P. (2021). *Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud*. *Revista Colombiana de Cirugía*, 36(2), Article 2. <https://doi.org/10.30944/20117582.878>
- Pomaquero, M., Furió, D., & López, M. (2020). *Identidad cultural y leyendas latinoamericanas*. *Questión*, no. 67. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/113130>
- Quichimbo, F., Verdugo, M, Sánchez, S y Mendieta, P. (2022). *¿Qué es interculturalidad? Reflexiones en el contexto ecuatoriano a partir de las voces y visiones de los docentes*. *Killkana Social*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v6i1.1024>

- Restrepo, N. (2019). *La comunicación política: Un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales*. Correspondencias & Análisis, 10, 10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7212083>
- Rivadeneira, R. (1997). *Comunicación y Cultura*. Revista Ciencia y Cultura, 2, 98–105. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2077-33231997000200010&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Rodero, E y Blanco, M. (2020). *El papel de la radio en situaciones de crisis. Iniciativas en la pandemia del coronavirus*. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Elpape>
- Sanabria, S. (2017). *Consumo de radio cultural en adolescentes y jóvenes de Bucaramanga*. <http://repository.unad.edu.co/handle/10596/14292>
- Sánchez, L. (2010). *La Teoría de la comunicación: Diversidad teórica y fundamentación epistemológica*.
- Sierra Aguilar, B. A., & Silva Carreño, A. F. (2019). *Comunicación digital: Diseño de un plan de comunicación para el marketing de Momba Fitness*. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7121>
- Sobeida, J. (2021). *Narrativas digitales como didáctica educativa*. Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, 6(3), 846–859. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926920>
- Tesén, J y Ramírez, J. (2021). *Fortalecimiento de la identidad cultural en la Educación Básica Regular*. EDUCARE ET COMUNICARE Revista de investigación de la Facultad de Humanidades, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.35383/educare.v9i1.600>
- Tuluá, A. (2019). *ANTROPOLOGÍA CULTURAL*. https://www.academia.edu/40586692/ANTROPOLOG%C3%8DA_CULTURAL

- Vaquerizo, E. (2020). *Medios de comunicación y flujos culturales internacionales: La vigencia actual del informe McBride*. Revista de Comunicación de la SEECI, 43–62. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.51.43-62>
- Velásquez, A., Rodríguez, C., y Suing, A. (2018). *Jóvenes y cultura digital ;Siguen los cambios y sin miedos!* <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/14346>
- Villegas, M y Castañeda, W. (2020). *Contenidos digitales: Aporte a la definición del concepto*. Kepes, 17(22), Article 22. <https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.22.10>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO CUALITATIVO

Disponible en: [Matriz Cualitativa Positiva TV_Tesis.pdf](#)

ANEXO 2: MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO CUANTITATIVO

Disponible en: [Matriz Cuantitativa Positiva Tv_Tesis.pdf](#)

ANEXO 3: CUESTIONARIO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS JÓVENES DE 18 A 30 AÑOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.

ENCUESTA

Para determinar su impacto en la audiencia y en la construcción de la identidad cultural de los jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Riobamba, se analizará la representación de la identidad cultural en los contenidos digitales de la Radio Positiva TV durante el período de noviembre de 2023 a junio de 2024.

Indicaciones: Gracias por participar en esta encuesta. A través de sus respuestas, podremos comprender mejor cómo los contenidos digitales de Radio Positiva TV contribuyen a la creación de la identidad cultural. Sus respuestas serán utilizadas exclusivamente para propósitos académicos y la encuesta es anónima.

1. ¿A qué rango de edad perteneces?

- ☐ 18-22

- ☐ 23-26

- ☐ 27-30

2. ¿Cuál es tu género?

- ☐ Masculino

- ☐ Femenino

- ☐ Prefiero no decirlo

3. ¿Con qué frecuencia consumes los contenidos digitales de Radio Positiva TV?

- ☐ Diariamente

- ☐ Varias veces a la semana

- ☐ Una vez a la semana

- ☐ Rara vez

- ☐ Nunca

4. ¿Qué tipo de contenido de Radio Positiva TV consumes con mayor frecuencia?

- ☐ Noticias locales

- ☐ Programas musicales
- ☐ Entrevistas y debates
- ☐ Contenidos culturales y educativos

5. ¿Consideras que los contenidos de Radio Positiva TV reflejan adecuadamente la identidad cultural de Riobamba?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No estoy seguro

6. ¿Cómo describirías la representación de la cultura local en los contenidos de Radio Positiva TV?

- ☐ Muy buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala
- ☐ Muy mala

7. ¿De qué manera crees que los contenidos de Radio Positiva TV han influido en tu percepción de la identidad cultural de Riobamba?

- ☐ Positivamente
- ☐ Negativamente
- ☐ No ha influido

8. ¿Qué aspectos de la identidad cultural de Riobamba te gustaría que se reflejen más en los contenidos de Radio Positiva TV? (Seleccione todas las que apliquen)

- ☐ Tradiciones y costumbres
- ☐ Historia local
- ☐ Gastronomía

- [] Música y arte local
- [] Personajes históricos y contemporáneos

9. ¿Crees que la representación de la identidad cultural en Radio Positiva TV puede influir en la identidad cultural de los jóvenes?

- [] Sí, mucho
- [] Sí, algo
- [] No, poco
- [] No, en absoluto

10. ¿Participas activamente en los concursos y eventos culturales promovidos por Radio Positiva TV en sus plataformas digitales?

- [] Sí, frecuentemente
- [] Sí, ocasionalmente
- [] No, pero me gustaría
- [] No, no me interesa

11. ¿Qué tan satisfecho/a estás con la variedad de contenidos culturales ofrecidos por Radio Positiva TV?

- [] Muy satisfecho/a
- [] Satisfecho/a
- [] Neutral
- [] Insatisfecho/a
- [] Muy insatisfecho/a

12. ¿Cómo prefieres consumir los contenidos digitales de Radio Positiva TV?

- [] A través de Facebook
- [] A través de YouTube
- [] A través de su sitio web

- [] A través de aplicaciones de radio en línea

- [] Otros: _____

13. ¿Crees que Radio Positiva TV debería incorporar más contenido interactivo (como encuestas en vivo, transmisiones en directo, etc.) para fomentar la participación de los jóvenes?

- [] Sí, definitivamente

- [] Sí, probablemente

- [] No estoy seguro/a

- [] Probablemente no

- [] Definitivamente no

14. ¿Qué sugerencias tienes para mejorar la representación de la identidad cultural en los contenidos de Radio Positiva TV?

¡Muchas gracias por tu participación!

ANEXO 4: CUESTIONARIOS DE ENTREVISTA PARA EXPERTOS EN LA INVESTIGACIÓN.

Cuestionario de preguntas de la entrevista a experto

1. ¿Cómo definiría la identidad cultural en una ciudad como Riobamba?
2. ¿Qué aspectos debe considerar una emisora para representar la identidad cultural local?
3. ¿Cuáles son los principales desafíos de los medios digitales al abordar la diversidad cultural?
4. ¿De qué manera las plataformas digitales pueden fortalecer el sentido de pertenencia cultural en los jóvenes?
5. ¿Qué relación hay entre la frecuencia de consumo de contenidos digitales y el sentido de identidad cultural en los jóvenes?
6. ¿Cómo se puede medir el impacto cultural de un medio digital en los jóvenes?
7. ¿Qué características debería tener un contenido digital para ser considerado culturalmente representativo?
8. ¿Qué tipo de contenidos o formatos digitales considera más efectivos para promover la identidad cultural entre los jóvenes?
9. ¿Qué rol tienen las narrativas digitales en la difusión de costumbres y valores de una comunidad?
10. ¿Qué estrategias comunicativas fortalecen la identidad cultural en los medios digitales?
11. ¿Qué rol deben tener los comunicadores y periodistas locales en la promoción de la identidad cultural en las plataformas digitales?
12. ¿Por qué es importante la interactividad en los contenidos culturales digitales?

13. ¿Cuál es la relación entre la representación cultural y el nivel de interacción del público joven en las plataformas digitales?
14. ¿Qué estrategias comunicacionales son efectivas para convertir a la audiencia en actores participativos y no solo en receptores pasivos?
15. ¿Cómo puede un medio digital combinar tradición e innovación en sus publicaciones culturales para conectar con la audiencia joven?

Cuestionario de preguntas de la entrevista al medio

1. ¿Cuál es el rol de Radio Positiva en la representación de la identidad cultural de Riobamba?
2. ¿Cómo abordan la diversidad cultural local en sus segmentos digitales?
3. ¿Qué criterios emplean para la selección de contenidos culturales en su red social Facebook?
4. ¿Qué tipo de contenidos considera que generan mayor conexión para promover identidad cultural?
5. ¿Qué impacto tienen los comentarios o reacciones en la revisión de sus contenidos?
6. ¿Qué dificultades han enfrentado al digitalizar contenidos culturales sin perder su autenticidad?
7. ¿Cuál ha sido el rol del equipo de producción en la creación de contenidos con enfoque cultural?
8. ¿Qué prioridad tiene el público joven en su planificación de contenidos digitales?
9. ¿Cómo interpretan el bajo consumo diario de contenidos digitales culturales entre los jóvenes?
10. ¿Cómo evalúan el impacto cultural de sus contenidos en la audiencia joven?
11. ¿Cómo planean involucrar a jóvenes interesados que aún no participan activamente en los contenidos digitales?
12. ¿Cómo identifican las necesidades culturales de su audiencia digital?
13. ¿Qué estrategias comunicativas aplican para fortalecer la representación cultural en Facebook?
14. ¿Qué opinan sobre incorporar recursos más interactivos con el público?
15. ¿Cómo miden la participación del público en sus contenidos culturales?

ANEXO 5: APLICACIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista a Oswaldo Huilcapi- danzante ancestral y gestor cultural de la provincia de Chimborazo.



Entrevista a Hugo Hidalgo – director de Radio Positiva y Positiva TV

