



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

(UTN)

**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA -
FECYT**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“Análisis Comparativo Sobre los Medios Digitales y la Adaptación de las Audiencias en Cotacachi: Nuevas Narrativas Frente a Medios Tradicionales.”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación

Línea de investigación: Desarrollo social y del comportamiento humano

AUTOR:

Martín Sebastián Guthemberg Jácome

DIRECTOR:

MsC. Judith Mercedes Bayas Jiménez

Ibarra – Ecuador 2026



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1723787568		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Guthemberg Jácome Martin Sebastian		
DIRECCIÓN:	Quito, E4B y S52B		
EMAIL:	martin.guth@outlook.com		
TELÉFONO FIJO:	0987278685	TELÉFONO MÓVIL:	0987278685

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Análisis Comparativo Sobre los Medios Digitales y la Adaptación de las Audiencias en Cotacachi: Nuevas Narrativas Frente a Medios Tradicionales
AUTOR (ES):	Guthemberg Jácome Martin Sebastian
FECHA: DD/MM/AAAA	Ibarra 20 de enero de 2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Comunicación
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Bayas Jimenez Judith Mercedes

CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de enero de 2026

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Guthemberg Jácome Martin Sebastian

**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN
CURRICULAR**

Ibarra, 20 de enero de 2026

MSC. JUDITH BAYAS

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f)

BAYAS JIMENEZ JUDITH MERCEDES

C.C.: 1002798096

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación con profundo respeto, admiración y gratitud a mis tíos, quienes han sido un sostén constante a lo largo de mi vida. Su apoyo incondicional, sabios consejos, confianza y amor inquebrantable han sido fundamentales en mi formación tanto académica como personal. Gracias por creer en mí en cada paso de este camino, incluso en los momentos más desafiantes.

Extiendo esta dedicatoria con mucho afecto y reconocimiento, a las docentes Judith Bayas y Gaby Arcos, quienes con un compromiso ejemplar y generosa guía en su vocación docente, han sido servido de referentes en mi proceso de aprendizaje y en el proceso de culminación de esta importante etapa académica. El acompañamiento profesional de mis docentes ha aportado significativamente en mi formación como comunicador social.

AGRADECIMIENTO

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por ser mi fuente constante de fortaleza, sabiduría y perseverancia. Sin su guía y bendición, este logro no habría sido posible.

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia y en especial a mis queridos tíos, porque gracias a su respaldo incondicional, comprensión, paciencia se han convertido en mi sustento a lo largo de mi trayectoria académica. Guardo su ejemplo y cariño como una inspiración constante en mi vida.

A mi alma mater, la Universidad Técnica del Norte, por la oportunidad de crecer en un entorno académico cálido y de calidad, donde se respeta y valora el pensamiento crítico y el compromiso social. Gracias UTN por la promulgar la formación académica con responsabilidad y excelencia.

Finalmente, profesoras Judith Bayas y Gaby Arcos infinitas gracias, porque sin su profesionalismo, exigencia académica y tutorías, este proceso de titulación no hubiese finalizado con el éxito obtenido. Agradezco su dedicación y entrega en mi proyecto de investigación, ofreciéndome también una visión amplia sobre el mundo profesional.

RESUMEN EJECUTIVO

El consumo de medios digitales no solo ha cambiado como acceder a la información, sino, también la manera como una persona interactúa con su entorno mientras construye su identidad frente a la digitalización de los medios. Este estudio tiene como objetivo central realizar un análisis comparativo entre los medios digitales y los tradicionales con un enfoque central en los nuevos hábitos de consumo mediático en Cotacachi y su posible impacto en la cultura local. Esta investigación se encuentra desarrollada con base en un enfoque mixto, que combina los métodos cuantitativos y cualitativos, esto en coherencia con la finalidad de obtener una comprensión más profunda de los cambios en los hábitos de consumo mediático junto a las prácticas culturales de las audiencias de Cotacachi. Con la metodología implementada se tiene como resultado que los encuestados consideran que los cambios digitales actuales debilitan parcialmente algunos rasgos culturales locales que se evidencian cuando se adoptan modismos, música, y estilos de vida en general. Sin embargo, el trabajo ha permitido comprender que si estas herramientas fuesen utilizadas de manera correcta podría servir para difundir la cultura local. Consecuentemente se puede indicar que con esta investigación se demostró que los medios digitales han transformado los hábitos de consumo mediático como las formas de participación y la identidad cultural de la población en Cotacachi.

Palabras claves: comunicación, identidad cultural, medios digitales, medios tradicionales, tendencias.

ABSTRACT

The utilization of digital media has evolved beyond merely altering the manner in which individuals obtain information; it has also profoundly transformed the way people connect with their environment and construct their personal sense of identity. Within a media landscape that has been fully transformed and enhanced by digital technologies. The purpose of this research is to conduct a thorough comparison between digital media and traditional media, with a specific focus on the evolving consumption habits observed in the city of Cotacachi and their implications within the local community. In order to successfully accomplish this objective, the research utilizes a mixed-methods approach, which integrates quantitative data alongside qualitative insights. This combination facilitates a more comprehensive understanding of the subject matter at hand. An in-depth comprehension of the evolving patterns in media consumption and the cultural behaviors exhibited by local audiences. The results obtained from the research methodologies indicate that individuals involved in the study view the ongoing changes brought about by digital advancements as some local cultural aspects. Simultaneously, the research emphasizes that, when it is utilized. When considered carefully and with intention, digital tools have the potential to serve as significant and beneficial assets for the promotion and preservation of local cultural heritage and traditions. In summary, the findings of this research indicate that digital media have played a crucial and substantial role in influencing various aspects transformed the ways in which the local population in Cotacachi consumes goods and services, the various methods through which they engage in community activities.

Keywords: Digital media, communication, cultural identity, traditional media, trends.

TABLA DE CONTENIDO

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	II
CONSTANCIAS	III
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN EJECUTIVO	VII
ABSTRACT	VIII
TABLA DE CONTENIDO	IX
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I	16
MARCO TEÓRICO	16
1.1 Medios tradicionales y medios digitales en contextos locales.	16
1.1.1 Características de los medios tradicionales y medios digitales	17
1.2 Transformación del consumo mediático en la era digital	19
1.2.1 De los medios tradicionales a los digitales: adaptación y nuevas narrativas.....	19
1.2.2 Cambios en los hábitos de consumo informativo	21
1.2.3 Alfabetización mediática y competencias digitales	23
1.3 Audiencias y cultura digital	25
1.3.2 Cambios culturales en la forma de recibir y compartir información	26
1.3.3 Aparición de nuevos códigos culturales: modismos, memes, lenguaje digital... ..	28
1.3.4 Glocalización digital e infoinclusión	29
1.4 Nuevas narrativas y procesos comunicativos	30
1.4.1 Narrativas digitales: definición y características	30
1.4.2 Diferencias narrativas entre medios tradicionales y digitales	30
1.4.3 Narrativas transmedia y ecosistema digital	31
CAPÍTULO II	32
MATERIALES Y MÉTODOS	32
2.1 Tipo de investigación	32
2.2 Técnicas e instrumentos	33
2.2.1 Encuesta	34

2.2.2 Entrevista	34
2.3 Preguntas de investigación	35
2.4 Matriz de operación de variables	35
2.5 Matriz de variables según objetivo e instrumento de investigación:.....	36
2.6 Participantes (población y muestra)	38
2.6.1 Tipo de muestreo	40
2.7 Procedimiento y análisis de datos.....	41
CAPÍTULO III	43
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	43
3.1. Resultados de la encuesta	43
3.2. Resultados de entrevistas.....	52
3.3. Análisis e interpretación general de los resultados.....	57
3.4. Discusión	59
CONCLUSIONES.....	63
RECOMENDACIONES	65
ANEXOS.....	69

Índice de tablas

Tabla 1. Comparación sintética entre medios tradicionales y medios digitales	19
Tabla 2. Matriz de operación de variables	35
Tabla 3. Matriz de variables según objetivo e instrumento de investigación	36
Tabla 4. Frecuencia de medios de comunicación principales según grupo etario	43
Tabla 5. Difusión de información por redes sociales.....	46
Tabla 6. Efecto de los medios digitales en la identidad cultural.....	48
Tabla 7. Opinión para la protección y promoción cultural.	50
Tabla 8. Matriz de resultados de entrevistas.....	52

Índice de figuras

Figura 1. Frecuencia diaria en medios digitales	44
Figura 2. Preferencia de uso entre redes sociales vs. medios tradicionales por grupo etario.	45
Figura 3. Adopción de modismos y formatos externos.	46
Figura 4. Promoción cultural por medios digitales	48

INTRODUCCIÓN

La forma en que las personas producen, acceden y comparten información se ha expandido de manera acelerada, Bayona y López (2025). En los últimos diez años, con las denominadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se ha originado un ambiente mediático de transición donde las plataformas digitales destacan provocando un desplazamiento progresivo de los medios clásicos como la tv, radio y prensa escrita.

Esta coyuntura digital es diferente en cada región. En América Latina, particularmente en Ecuador, la digitalización de ciertos medios de comunicación se ha marcado por contextos locales que se encuentran condicionadas por elementos sociales, económicos, culturales y tecnológicos. Por su parte, el acceso al internet y el uso de redes sociales han transformado a las plataformas digitales en una fuente importante de información y entretenimiento para varios sectores de la sociedad (López y del Alcázar, 2021).

Consecuentemente se ha propiciado un ambiente de medios digitales que han transformado un panorama informativo en el Ecuador donde se han presentado casos emblemáticos como, por ejemplo, *La Posta* y *GK* que, a decir de Gómez et al., (2021) se presentan como propuestas periodísticas nuevas que se caracterizan por una temática innovadora y por su enfoque en audiencias juveniles por su capacidad de operar en las lógicas de los entornos digitales

No obstante, no comprende únicamente en modificar los canales de comunicación, sino, este fenómeno ha generado transformaciones socioculturales que inciden en la identidad, comportamientos y prácticas comunicativas de cada audiencia. Por ello se indica que, el consumo de medios digitales no solo ha cambiado como acceder a la información, sino, también la manera como una persona interactúa con su entorno mientras construye su identidad frente a la digitalización de los medios.

Ante este escenario, la frecuente exposición a los contenidos ha propiciado que los procesos se globalicen en una especie de hibridación cultural, por medio de lo cual, las audiencias adoptan expresiones, valores y comportamientos de latitudes exteriores, tal como lo enfatiza Scolari (2013) al indicar que los usuarios no consumen únicamente información, sino, que también reinterpretan y adaptan información a sus contextos culturales.

Particularmente, Cotacachi es un cantón reconocido por su riqueza cultural, diversidad lingüística y fuerte tradición comunitaria. No obstante, se ha identificado como problema de esta investigación que, en comunidades como Cotacachi, a pesar de la creciente digitalización del cantón, no se cuenta con estudios que describan de forma sistemática cómo los habitantes consumen información digital, qué diferencias existen frente a los medios tradicionales o cómo estos cambios influyen en la identidad cultural local, dificultando conocer la relación entre las prácticas de consumo digital actual y las dinámicas culturales propias de esta comunidad.

Además, de la revisión a la literatura constante en redes, no existen investigaciones comparativas recientes, en el periodo de los años 2020 al 2024 que aborden aspectos como los hábitos de consumo, las preferencias informativas según edades y percepciones culturales en Cotacachi desde un enfoque de investigación mixto.

Lo que se observa es que la mayoría de los estudios sobre la digitalización de medios de información en Ecuador se centran en ciudades grandes o en problemáticas tecnológicas generales, dejando a un lado los territorios interculturales rurales. Esta es la brecha que se ha identificado y es por lo que surge la necesidad de analizar el caso de Cotacachi desde la particularidad de la juventud digital, los medios comunitarios tradicionales y las prácticas culturales propias de generaciones pasadas.

A lo anterior se suma el factor de la coexistencia intergeneracional con sus diferentes grados de alfabetización digital, aunado a la desigualdad de acceso a la conectividad y la apropiación selectiva de códigos y narrativas externas han convertido a Cotacachi en un laboratorio donde se pueda observar la articulación de los procesos de glocalización y transformación mediática en contextos locales similares.

Debido a estas consideraciones el presente trabajo investigativo tiene como objetivo principal analizar comparativamente los hábitos de consumo informativo entre medios digitales y medios tradicionales en Cotacachi, y su relación con las nuevas narrativas y prácticas culturales de la comunidad.

Para lo cual es necesario identificar los principales medios de información utilizados por la población de Cotacachi según grupos etarios, comparando las características, ventajas y limitaciones que se observan entre medios tradicionales y digitales. Además, el estudio explora cómo los ciudadanos integran códigos culturales digitales como memes, modismos y videoclips cortos en su vida cotidiana, y explora cómo estos medios influyen significativamente en la formación de la identidad cultural, así como en la difusión de las prácticas culturales locales. La investigación es particularmente importante porque ayuda a comprender cómo la digitalización está cambiando la información y los procesos culturales en una región con tradiciones sociales muy diferentes.

La investigación es particularmente importante porque ayuda a comprender cómo la digitalización está cambiando la información y los procesos culturales en una región con tradiciones sociales muy diferentes. Los resultados identifican diferencias generacionales, desafíos relacionados con la alfabetización digital y nuevas oportunidades para fortalecer la identidad cultural a través de narrativas digitales. Además, los resultados pueden servir como apoyo para los medios locales, instituciones educativas, organizaciones culturales y el desarrollo de políticas nacionales dirigidas al desarrollo intercultural y una comunicación participativa más amplia.

Finalmente se indica que el trabajo se organiza en tres capítulos. En el Capítulo I se desarrolla el marco teórico, incluyendo conceptos sobre medios tradicionales y digitales, cultura digital, prosumidor, glocalización y nuevas narrativas. Seguido por el Capítulo II donde se describe la metodología, el enfoque mixto, las técnicas utilizadas, la población, muestra, instrumentos y procedimientos. En el Capítulo III se presentan los resultados, su

análisis comparativo y la discusión crítica para culminar con la sección de las conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas según normas APA 7.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Medios tradicionales y medios digitales en contextos locales.

La historia relata que antes del año de 1750, los conocidos pasquines o papeles manuscritos pegados a las paredes eran uno de los pocos medios de publicidad escrita de acceso popular y fácil colocación, Punín y Calva (2014). Estos papeles tenían un alcance limitado, pero sus contenidos podían generar protestas, comentarios colectivos e invitaciones a pronunciarse formalmente sobre asuntos políticos o de defensa de intereses comunitarios. No es hasta el 15 de enero de 1792 cuando Eugenio Espejo funda el primer periódico ecuatoriano: *Primicias de la Cultura de Quito*.

Desde este acontecimiento, en el ámbito comunicativo han surgido cambios aceleradamente, los medios de comunicación ya no son simples difusores de información y se convirtieron en actores de la construcción de la opinión y el comportamiento social, porque afectan o influyen la manera en que la sociedad piensa, se expresa, interactúa, se organiza y reacciona ante los acontecimientos que pasan a su alrededor. Esta realidad se ha intensificado con la llegada de los medios digitales donde la respuesta es mucho más expresiva.

En el contexto digital actual se promueven otras formas de participación donde las personas no solamente consumen información, sino también lo producen, difunden y modifican. Esta dinámica se encuentra impulsada por la figura del “*prosumidor*” un término que describe a los usuarios que simultáneamente producen y consumen contenido en redes sociales y medios digitales como lo refiere López (2024) que además debido a las lógicas de la cultura algorítmica, esta dinámica transforma los procesos comunicacionales y reestructura las relaciones entre receptores y emisores.

En esa línea, las narrativas transmedia, que son relatos que se expanden por varias plataformas y formatos, así como, los códigos culturales digitales adquieren un valor importante cuando lo que se busca es construir experiencias compartidas desde la articulación de identidades como sostiene Scolari (2013).

Este cambio también ha transformado las formas en que las personas se exponen a la esfera pública, pues la viralización, inmediatez y fragmentación de contenidos que caracterizan a las plataformas digitales han propiciado nuevos modos de circulación informativa y lógicas de visibilidad, permitiendo de esta manera, la democratización del acceso a la creación y divulgación de los contenidos que se encuentra en redes, pero también se presentan retos en cuanto a la calidad de la información, la desinformación y la polarización de las posturas críticas o de opiniones, Barba del Horno (2021).

Asimismo, la digitalización comprende otros desafíos relacionados en materia de información inclusiva y de alfabetización mediática. No obstante, con el aumento de la conectividad en el Ecuador se ha observado la persistencia de brechas sociales,

tecnológicas, económicas y culturales que restringen el acceso de las personas al mundo digital (UNICEF, 2021).

En el contexto de la pandemia de COVID-19 estas desigualdades se profundizaron y quedó evidenciado que con el simple hecho de acceder al internet no se puede asegurar la participación activa de las personas en la sociedad digital (López y de Alcázar, 2021). Además, las competencias digitales que tienen una postura crítica son importantes para que las audiencias naveguen con seguridad en un entorno digital reflexivo.

1.1.1 Características de los medios tradicionales y medios digitales

Los medios antiguos, también conocidos medios tradicionales, han sido durante décadas e incluso siglos los principales canales de información y socialización en las sociedades. Entre los más representativos se encuentran la prensa escrita, radio y la tv. Por su parte, la prensa escrita fue el primer medio masivo de comunicación, permitiendo la circulación de ideas, noticias y discursos políticos.

En el transcurso del siglo XIX, con la aparición de la radio se introdujo una nueva forma de comunicación que ha permitido tener un acercamiento con la audiencia, contexto que abrió el camino para sustituir el periódico como fuente primaria de información. No obstante, a mediados del siglo XX, la televisión a blanco y negro ingresó a los hogares, posicionándose como medio de preferencia para informarse debido a su capacidad de integrar sonido e imagen, a diferencia de la radio que solo permitía escuchar y no ver gestos y reacciones corporales al momento de comunicar.

Los medios, en su forma clásica operan bajo una estructura de comunicación unidireccional, que comprende que el emisor, como puede ser un periodista, locutor o presentador tiene el control de casi todo el contenido que provee, y por su parte, las audiencias cumplen un rol en su mayoría receptivo de información con una posibilidad de retroalimentación inmediata parcialmente limitada.

Esta configuración influye directamente en el comportamiento social, ya que construye patrones de consumo informativo basados en la autoridad del medio y la credibilidad institucional, sin que exista una interacción directa con los contenidos ni con sus creadores.

Sin embargo, como menciona Jenkins (2006) el desarrollo de nuevas tecnologías ha transformado radicalmente este panorama donde los medios tradicionales han perdido protagonismo ante la aparición de nuevas plataformas, no han desaparecido, sino que se

han adaptado a los entornos digitales mediante procesos de transformación conocidos como “convergencia mediática” Esto ha permitido que coexistan con los medios digitales, reconfigurando sus formatos y estrategias para seguir siendo relevantes en la era de la hiperconectividad.

En ese sentido, como afirman Landy y Astudillo (2023)

Las maneras y formas de mantenerse comunicado han evolucionado con el avance de los años; las tecnologías que hoy en día manejamos son dependientes de la mayoría de las personas, pero eso no quiere decir que los medios tradicionales han dejado de existir. Recordemos que todo empezó con la prensa escrita [...] si bien estos medios pasan desapercibidos ante los jóvenes, se han ido adaptando y evolucionando a las nuevas tecnologías (p. 21).

Con la aparición de las plataformas y redes como Facebook, YouTube, TikTok y WhatsApp se han modificado patrones tradicionales de comunicación ya que en la actualidad hay una participación activa y constante de los usuarios en el mundo de las redes. Como se ha indicado, estas audiencias ya no son solo receptoras, sino también actores que influyen por medio de la difusión de mensajes y videos, lo que redefine los mecanismos tradicionales de influencia social y los comportamientos de las diferentes generaciones, como los jóvenes.

Este nuevo contexto mediático también pone de relieve el avance de las competencias comunicativas en las audiencias, las cuales actualmente demuestran una mayor habilidad para llevar a cabo un análisis crítico de la información, la capacidad de discernir entre fuentes de información fiables y no fiables, así como la participación activa en la difusión de opiniones y discursos.

En contraste con los modelos tradicionales, los medios digitales han facilitado el desarrollo de una comunicación más accesible, participativa y descentralizada, permitiendo que cualquier individuo con acceso a Internet pueda generar y difundir contenido. En este contexto, emerge la figura del prosumidor, entendida como un individuo que no solo se dedica al consumo de información, sino que también participa activamente en su creación y la transforma y distribuye, alterando su interacción con los medios y su contexto social.

Esta transformación ha impactado de manera directa en la forma en que los individuos adquieren información, participan en discusiones públicas, es decir, estructuran y

desarrollan su identidad. En contextos como el de Cotacachi, para analizar el acceso y la utilización de los medios, es fundamental tener en cuenta variables tales como la edad, el nivel educativo, la disponibilidad de tecnologías y el capital cultural de la población.

Mientras tanto los jóvenes tienden a adaptarse rápidamente a los medios digitales, las personas mayores y sectores con menor conectividad aún recurren a los medios tradicionales como principal fuente de información, lo que evidencia una brecha generacional y tecnológica en los hábitos comunicativos y, por ende, en las formas de comportamiento social.

1.2 Transformación del consumo mediático en la era digital

1.2.1 De los medios tradicionales a los digitales: adaptación y nuevas narrativas

En el marco de la era digital, el periodismo ha experimentado una transformación profunda, no solo en las formas de consumir información, sino también en los modos de producirla, Reyes (2024).

Tabla 1. Comparación de medios tradicionales y digitales

Dimensión	Medios tradicionales	Medios digitales
<i>Estructura comunicativa</i>	Unidireccional	Interactiva, participativa.
<i>Producción</i>	Centralizada (editorial)	Descentralizada (usuarios/prosumidores).
<i>Temporalidad</i>	Programada	Inmediata, continua.
<i>Verificación</i>	Normas editoriales	Variable (depende del usuario/algoritmo).
<i>Alcance</i>	Local/nacional por emisoras	Global, segmentado por algoritmos.

Fuente: Elaboración propia.

De lo anterior se puede indicar que los medios tradicionales están obligados a adaptarse al entorno mediático acelerado, donde la audiencia y usuarios buscan contenido de forma constante. En la actualidad, algunas plataformas han ganado popularidad como TikTok y sus formatos son prueba de ello, donde los contenidos tienden a ser más visuales, cortos, interactivos y apelan a la emoción.

En este contexto, surge el término *periodismo transmedia* que se presenta como una distribución de contenido en múltiples plataformas que permite una participación activa de las audiencias y con una grande puerta de interactividad. En este sentido, el periodismo transmedia permite nuevas posibilidades comunicacionales propias de la era digital.

Al respecto, como señala Scolari (2013) la narrativa transmedia comprende dos dimensiones:

- 1) La expansión de la historia;
- 2) La implicación participativa de los usuarios en su desarrollo.

Es decir, no solamente narra un cuento lineal, sino, que construye un universo narrativo evolutivo que responda a la interacción con la audiencia, porque, aquella participación no enriquece únicamente la experiencia de las personas, sino que agrega nuevos significados a la narrativa periodística.

Así pues, el periodismo transmedia, a decir de Reyes (2024) consiste en una narrativa periodística propia que se encuentra caracterizada por tres elementos:

- 1) Intertextualidad informativa;
- 2) Temporalidad distinta; y
- 3) Jerarquía de contenidos.

Todo ello, con la finalidad de responder a los ritmos acelerados de consumo y a las múltiples plataformas, donde un mismo mensaje es adaptable para los diferentes formatos y públicos.

En el caso de Cotacachi se tiene un mercado comunicacional que muestra una dinámica interesante donde se presentan realidades tradicionales y adaptadas. Por ejemplo, algunas prácticas habladas como los pregones y la radio comunitaria continúan siendo importantes y constantes en muchos hogares, pero, en la actualidad comparten espacio o pueden competir con las redes sociales, los *shorts* o videos cortos y la mensajería instantánea.

Esta convergencia no implica ciertos cambios culturales, mientras que los contenidos globales introducen valores ajenos que pueden desplazar referentes culturales propios

especialmente entre la juventud, también se abren nuevas posibilidades para que las comunidades expresen su identidad desde sus propios códigos.

Partiendo de este escenario fomentar la creación de contenido local podría presentarse como una alternativa bastante interesante, donde se busque promover que jóvenes, colectivos culturales y organizaciones comunitarias generen sus propias narrativas puede convertirse en una herramienta poderosa para reforzar el sentido de pertenencia, preservar la memoria colectiva y proyectar la cultura de Cotacachi hacia otros espacios.

Al respecto, algunas iniciativas como las producciones audiovisuales comunitarias u los *pódcasts* en idioma kichwa o encuentran en redes sociales y que son gestionadas localmente demuestran que la posibilidad de apropiarse críticamente de las tecnologías para construir discursos propios y adaptados a las diferentes audiencias, donde se mantiene una identidad que no solo se defiende, sino que se reinventa y se comparte con el mundo, surgiendo nuevas narrativas.

1.2.2 Cambios en los hábitos de consumo informativo

Antes de que las tecnologías digitales se empezaran a expandir, el consumo de todo tipo de información se articulaba especialmente a través de los medios tradicionales o clásicos como la radio, periódico y la tv. Estos medios operaban bajo un esquema jerárquico y unidireccional y sus audiencias tenían un rol pasivo, caracterizado por ser receptor al recibir contenidos en horarios establecidos y en otros casos, sujetos a la mediación editorial.

Estos modelos tradicionales concentraban la producción según los sentidos y percepciones de los grandes conglomerados mediáticos, es decir, la información que se comunicaba respondía a los requerimientos de grandes audiencias, limitando el acceso a todas las comunidades a la información segmentado por barreras geográficas, económicas y culturales. Así mismo, la agenda pública de los medios de comunicación se encontraba en manos de unos pocos actores, es decir existía un monopolio mediático, ante lo cual, la ciudadanía tenía una función receptora debido a que la información era cerrada y centralizada.

El surgimiento del internet, los dispositivos móviles y las redes sociales, ha generado un panorama que ha transformado radicalmente la comunicación. Ante aquello, el acceso a la

información se presenta fragmentado y personalizado en respuesta a su variada audiencias, particularmente a los jóvenes que ya no se conforman con ser solo receptores, sino, ahora quieren ser actores activos que seleccionan, producen y redistribuyen contenidos digitales en función de sus afinidades e identidades digitales.

Estos cambios acelerados se han debido a un contexto de cultura digital emergente, donde los medios digitales se configuran como espacios interconectados en el que los usuarios se convierten en prosumidores, es decir, son consumidores y productores de contenido que circula en las redes sociales y que tienen algún tipo de impacto social (Ávalos et al., 2020, p. 719).

Estos cambios no solo han modificado los formatos y las plataformas, sino, también han reconfigurado prácticas cognitivas, conductuales y sociales en torno al consumo informado, donde la participación de las personas sumado a la instantaneidad de la información y la conectividad continua entre estos ganan notoriedad en la esfera de la comunicación.

Esta lógica, caracterizada por algoritmos que personalizan los contenidos generan lo que Jenkins (2006) ha denominado como "burbujas informativas" que no son otra cosa que creencias previas que reducen la exposición a perspectivas diversas donde los usuarios tienden a exponerse solo a aquello que refuerza sus opiniones preexistentes.

Esta situación disminuye la posibilidad de contrastar ideas y afectando negativamente el debate público general, a lo que se suma la preferencia por contenidos sensacionalistas, emocionalmente impactantes y fácilmente compartibles que muchas veces sacrifican la calidad informativa en función de la popularidad.

Al respecto, un estudio realizado por Ávalos et al. (2020) señala que los estudiantes universitarios prefieren las plataformas digitales sobre los medios tradicionales, debido a que son fuentes informativas más visuales, dinámicas y accesibles, refiriéndose a las redes sociales, y mencionando el ejemplo de Facebook e Instagram, destacando que en ambas encuentran una comunidad de personas que comparten fotos y videos sobre cuestiones personales y de la sociedad.

No obstante, en ese estudio también se destaca una situación que merece atención, en lo que respecta a que los medios digitales son preferidos por su acceso y frecuencia de uso,

sin embargo, los estudiantes perciben mayor credibilidad y objetividad en los medios clásicos como la prensa escrita y la tv (p. 726). Lo que permite distinguir que la confianza informativa se encuentra asociada con la institucionalidad de cada medio de comunicación, incluso este aspecto es más notorio en las generaciones que nacieron en el mundo digital.

Es así como, las brechas existentes en la conectividad, la alfabetización digital y la exposición a desinformación representan desafíos importantes, en donde los contextos rurales como lo es Cotacachi se encuentran generaciones con distintos patrones híbridos de consumo.

Debido a aquello, lo que sigue persistiendo son las limitaciones estructurales en la infraestructura tecnológica y el acceso de manera desigual a dispositivos ocasionan la apropiación digital sea de manera discontinua, lo que puede llegar a profundizar las desigualdades existentes informadas, limitando el así, el ejercicio pleno de una ciudadanía crítica y bien informada.

Por aquello, esta evolución ocasiona el re-pensamiento del ecosistema mediático desde la infraestructura tecnológica, y la ética comunicacional, en donde es de vital importancia impulsar una educación mediática que puede llegar a permitir a los usuarios acceder a información y lograr discernir su calidad, verificar sus fuentes y la participación activa de la construcción de un espacio comunicacional de manera democrática e inclusiva (Ávalos et al., 2020, p. 728).

1.2.3 Alfabetización mediática y competencias digitales

En un contexto con una transformación digital acelerada, como por ejemplo durante la pandemia COVID-19, la alfabetización mediática emergió como una competencia ciudadana indispensable para el ejercicio de la participación democrática informada, en donde no se limita la adquisición de técnicas y habilidades en el uso de herramientas digitales, implicando un conjunto complejo de capacidades críticas, analíticas y creativas para que las personas puedan acceder, interpretar, evaluar y compartir contenidos de forma responsable y consciente.

Por ello, con base en lo que menciona Sádaba y Salaverría (2023) la alfabetización mediática se debe comprender como una estrategia transversal que busque combatir los efectos adversos para la desinformación de las sociedades contemporáneas, encontrándose

así, lejos de constituir una simple solución técnica, en donde esta competencia promueve un modelo de co-responsabilidad ciudadana que capacita a los individuos para distinguir información rigurosa de contenidos falsos o manipulados, lo que logra fortalece la salud del ecosistema democrático.

En donde, la desinformación, definida por la Comisión Europea (p. 81, 2019) como “información verificablemente falsa o engañosa creada, presentada y difundida con fines de lucro económico o engaño intencionado al público” representa una amenaza persistente, en donde, existen herramientas tecnológicas y marcos regulatorios para mitigarla, su eficacia depende en gran medida de la capacidad crítica de los usuarios, es así que, la alfabetización mediática permite desarrollar una ciudadanía activa, capaz de ejercer un juicio informado sobre los contenidos que consume y comparte.

De esta manera, aquel enfoque se encarga de adquirir una especial relevancia en el entorno digital donde los contenidos circulan de forma viral, esto a través de múltiples plataformas y sin los filtros tradicionales de los medios institucionales, en donde la convergencia mediática y el consumo fragmentado han amplificado el impacto de los discursos desinformativos, haciendo urgente una formación transversal que abarque desde la educación formal hasta las prácticas cotidianas de los usuarios digitales.

Es así como, los aportes mencionados por Sádaba & Salaverría (2023) han sido importantes en la consolidación de políticas de alfabetización mediática, concebidas como soluciones multinivel que involucran a la educación, medios de comunicación, familia y sociedad civil.

Al respecto, los autores mencionan cinco aspectos que resaltan la importancia de la alfabetización en el fortalecimiento de la democracia:

1. **Desarrollo de capacidades críticas:** Esto permite a la ciudadanía en general o consumidores de información identificar sesgos, contrastar fuentes y discernir entre hechos verificables e historias manipuladas.
2. **Participación activa:** Tener capacidad crítica promueve la creación de contenido con bases éticas y argumentativas, lo que abre espacio a un entorno comunicativo plural y deliberativo.

3. **Responsabilidad ciudadana:** La participación ciudadana transforma a los usuarios en actores capaces de identificar y denunciar la desinformación.
4. **Colaboración intersectorial:** Para tener una ciudadanía responsable se requiere un trabajo conjunto entre instituciones educativas, medios de comunicación, entes gubernamentales reguladores y familias responsables para generar una cultura informativa responsable.
5. **Existencia del sistema mediático:** La colaboración entre diferentes sectores contribuye a fortalecer los medios que promueven la democracia y a rechazar toda práctica de manipulación que atentan contra la transparencia y la verdad.

Se debe entender de esta manera, como la alfabetización mediática es necesaria para quienes presentan brechas tecnológicas o de acceso, y también para los llamados “nativos digitales”. Estos últimos, a pesar de su fluidez en el entorno digital, no siempre poseen las competencias necesarias para evaluar la calidad informativa de los contenidos, lo que los expone igualmente a la manipulación y la infoxicación.

Es así como, la alfabetización frente a los medios y redes sociales tiene que ser concebida como un derecho fundamental a la tecnología, esto como complemento al derecho de libertad de expresión y el derecho de acceso a la información.

En este contexto, el llamado imperativo es a desarrollar políticas públicas que promuevan la alfabetización comunicacional desde edades tempranas en lo referente a los desafíos propios de la cultura digital moderna. Solo de esta manera será posible formar una ciudadanía verdaderamente informada, activa y resiliente frente a las amenazas de la desinformación.

1.3 Audiencias y cultura digital

1.3.1 Concepto de audiencia activa y prosumidor

Se entiende como en el entorno digital, las audiencias dejaron de ser receptores pasivos, a pasar a convertirse en actores participantes y activos dentro del ecosistema mediático, es así que la audiencia activa hace referencia a aquellos individuos que consumen información y que también la interpretan críticamente, configurando así las nuevas dinámicas de interacción.

Es así como, este proceso se observa que se encuentra potenciado por la figura del prosumidor, que es un término nombrado inicialmente por Alvin Toffler en 1979, en un contexto económico, desde una propuesta original estudiada en el fenómeno de la producción y del consumo de bienes y servicios, sin embargo, el concepto del prosumidor fue posteriormente adaptado al campo de la comunicación y la cultura digital (López, 2024).

Por ello, como señala el autor, el concepto de prosumidor ha evolucionado desde esa perspectiva económica inicial hacia una dimensión muy amplia donde se integran aspectos comunicativos y tecnológicos. En la actualidad, el prosumidor representa un sujeto importante en las interacciones digitales, ya que su participación es activa en la producción, circulación y resignificación de contenidos en plataformas digitales.

En suma, aquella evolución fue también anticipada por autores como McLuhan y Bruns, quienes al observar que en las audiencias se estaba construyendo una cultura mediática más participativa, y cuyo punto de llegada es la web 2.0 que consolidó este cambio, al ofrecer herramientas que permiten a los usuarios producir y consumir simultáneamente contenidos en un entorno globalizado (López, 2024).

En la misma línea, la figura del prosumidor gana protagonismo en el consumo cultural y su estudio es importante para comprender las transformaciones del mercado comunicacional en la actual era digital. Estas prácticas comunicativas en el cantón Cotacachi se pueden denominar un modelo híbrido, en el que los ciudadanos usan medios tradicionales con las plataformas digitales para informarse, participar y expresar su identidad cultural.

Al respecto sostiene Barba del Horno (2021) que el concepto de prosumidor se ha convertido en uno de los ejes referentes para explicar la evolución de las dinámicas laborales en el contexto digital, en el cual los usuarios generan valor económico y simbólico a través de su participación activa en los espacios mediáticos.

1.3.2 Cambios culturales en la forma de recibir y compartir información

La cultura digital actual ha generado prácticas sociales vinculadas al consumo y circulación de la información que no son muy conocidas que digamos. Entre ellas, destacan los denominados “rituales de consumo”, que consiste en hábitos cotidianos como

revisar el teléfono móvil apenas despiertas; compartir noticias en grupos familiares de WhatsApp; o seguir transmisiones en directo de eventos comunitarios.

Además, en esta realidad han surgido formas de interacción digital tales como los comentarios, "*likes*", "*reposts*" y encuestas que permiten que las publicaciones y contenidos reciban retroalimentación inmediata por parte de los diferentes usuarios lo que reflejan que los cambios en interacción en redes sociales son completamente diferentes a los medios tradicionales que se desenvuelven en una misma dirección.

Por ello, los autores Solórzano et al., (2024) reafirman la idea que, en la cultura de la convivencia de los medios de comunicación, las audiencias ya no se limitan a recibir información, sino que participan activamente en su difusión y tendencia de dicha información. Por tanto, la figura del prosumidor refuerza la dinámica planteada, es decir, donde participan tanto en la creación como en la distribución de los contenidos.

Asimismo, en el contexto de las narrativas transmedia, los usuarios desarrollan prácticas colaborativas que transforman los modos tradicionales de interacción con los medios. El consumo ya no es un acto individual ni pasivo, sino que se inserta en dinámicas colectivas donde el feedback mediante las reacciones, reposts y comentarios que forman parte integral en la experiencia mediática.

Según Barba del Horno (2021) señala que estas nuevas formas de interacción digital se encuentran estrechamente relacionadas con dinámicas algorítmicas, en las que la información que producen los propios usuarios al consumir y reaccionar a los contenidos es utilizada por sistemas automatizados para decidir qué se muestra, qué se prioriza y cómo circula la información dentro de las plataformas. Estas formas de interacción han cambiado como las personas acceden a las noticias, construyen opinión y participan en el espacio mediático actual.

De manera complementaria, investigaciones recientes desarrolladas por López y del Alcázar (2021), así como por UNICEF (2021), ponen en evidencia que en Ecuador tanto adolescentes como personas adultas han integrado de forma sostenida estos patrones de consumo digital en su vida cotidiana. Esta incorporación no solo redefine los modos de comunicación, sino que también incide de forma directa en los procesos de socialización y en las prácticas culturales que se desarrollan en contextos locales específicos, como el cantón Cotacachi.

1.3.3 Aparición de nuevos códigos culturales: modismos, memes, lenguaje digital

Con la llegada de lo digital, las personas han empezado a comunicarse de maneras distintas y más informales, creando una especie de cultura propia en internet. En este espacio es común usar abreviaturas, emojis, memes, hashtags y gifs, así como mezclar idiomas o expresiones coloquiales, lo que hace que la comunicación sea más rápida, cercana y adaptada a la vida cotidiana en las plataformas digitales. Aunque tengan apariencia superficial, estos elementos cumplen funciones comunicativas, emocionales y de sentido generacional como refieren Aladro & Jardón (2022).

En este contexto, los autor también indica que la cultura participativa permite a los usuarios a no solo consumir contenidos, sino a mezclarlos, interpretarlos y distribuirlos mediante dinámicas locales de las comunidades digitales. En el caso, de los memes, se han convertido en vehículos de expresión cultural que permiten articular discursos sociales, identitarios y políticos de manera creativa.

Según López (2024), los productores-consumidores juegan un papel vital en la creación y difusión de estos códigos culturales mediante la generación y el intercambio de contenidos continuamente en plataformas digitales. Este proceso es facilitado por algoritmos que determinan la visibilidad y circulación de diferentes discursos, creando cultura que no afecta las formas en que se expresan. interacción y comunicación en el entorno digital.

De forma clara, Barba del Horno (2021) sostiene que, cuando los individuos participan de manera activa en la generación y utilización de códigos digitales, tales como memes, expresiones o estilos del ámbito de la comunicación en redes, los individuos no solo intercambian información, sino que también producen valor tanto simbólico como económico, frecuentemente sin ser plenamente conscientes de este proceso. Los jóvenes, en particular, integran estos recursos como parte natural de su identidad y de la forma en que se presentan ante los demás, tal como también señala UNICEF (2021).

En Cotacachi, esta dinámica se hace evidente en la integración de expresiones, memes y estilos visuales originarios de otros países latinoamericanos, particularmente México y Colombia. Estos componentes se difunden predominantemente a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería, estableciendo una interacción con lo local que da origen a nuevas modalidades de expresión cultural.

La incorporación de elementos externos no se manifiesta únicamente por su tendencia actual, sino que facilita a los jóvenes la sensación de pertenencia a un espacio digital más amplio, en el cual pueden establecer vínculos con referentes culturales de diversas localidades y, simultáneamente, potenciar su capacidad comunicativa (López y del Alcázar, 2021).

1.3.4 Glocalización digital e infoinclusión

Se conoce como glocalización, a lo que busca explicar cómo lo global y lo local se combinan. En el entorno digital, este proceso implica que las comunidades utilizan herramientas globales para expresar su identidad y su realidad cotidiana, como plantea Gomes (2022). De esta manera, usuarios de distintos contextos locales reinterpretan y resignifican contenidos y formatos de alcance global, creando producciones que reflejan tanto su vínculo con redes globales como su contexto cultural inmediato.

En el caso específico de Cotacachi, esto se manifiesta en el uso de plataformas como TikTok, Facebook o Instagram para difundir contenidos que integran modismos, tendencias y expresiones culturales de otros contextos, adaptándolos a su propio lenguaje comunicativo (López y del Alcázar, 2021). Así, la participación en el ecosistema digital global se convierte en un espacio para el intercambio cultural y la construcción de identidades híbridas.

Por otro lado, el término 'info-inclusivo' se refiere a la necesidad imperativa de garantizar que todos los grupos sociales tengan la oportunidad de acceder, participar y beneficiarse del entorno digital. Según López y del Alcázar (2021), el proceso de transformación digital en Ecuador ha mostrado avances significativos; sin embargo, también ha resaltado cuestiones relacionadas con el cumplimiento y la equidad. Por otro lado, la brecha digital sigue siendo un elemento de exclusión, especialmente en las zonas rurales y grupos con recursos limitados.

Por lo tanto, para lograr una participación digital verdaderamente igualitaria, es importante reducir estas brechas. No se trata solo de optimizar el acceso a internet y la disponibilidad de equipos tecnológicos, sino también de promover una alfabetización digital inclusiva que reconozca y respete la diversidad cultural, como señala el documento de UNICEF (2021). De esta manera, es posible que todos los individuos participen en el entorno digital en

igualdad de condiciones y los beneficios de la cultura digital están disponibles para toda la sociedad.

1.4 Nuevas narrativas y procesos comunicativos

1.4.1 Narrativas digitales: definición y características

En este contexto aparecen las narrativas digitales, que son nuevas formas de contar historias usando texto, imágenes, audio, video e interacción. A diferencia de los relatos tradicionales, estas historias no siempre siguen un orden fijo, sino que permiten diferentes recorridos y formas de interpretación.

Una característica clave de estas narrativas es que el usuario ya no es solo espectador, sino que participa activamente. Esto encaja con la idea del prosumidor, es decir, personas que no solo consumen contenidos, sino que también los crean y comparten, como señala López (2024). Además, Barba del Horno (2021) advierte que los algoritmos influyen en qué contenidos se ven más y cómo circulan, lo que también afecta la forma en que se construyen y difunden estas historias.

1.4.2 Diferencias narrativas entre medios tradicionales y digitales

Se entiende como los medios tradicionales trabajan mediante la lógica lineal, unidireccional y con estructuras narrativas de manera cerrada, mientras los medios tradicionales operan bajo una lógica lineal, unidireccional y con estructuras narrativas cerradas, por ejemplo, un reportaje radial o un artículo de prensa impresa, los medios digitales fomentan la interacción, la fragmentación y la reconfiguración constante de los contenidos.

Es así como, en los entornos digitales, los usuarios cuentan con la capacidad de seleccionar, comentar, modificar y compartir los relatos, lo que ocasiona la transformación de manera profunda con el rol del emisor y del receptor, en donde ya no existen posiciones fijas en el proceso comunicativo, debido a que los relatos se construyen de manera colectiva y en tiempo real, en referencia a López (2024).

En el contexto de Cotacachi, este cambio se hace evidente en la manera en que festividades, campañas comunitarias o eventos locales son narrados y documentados en plataformas como Facebook, Instagram o TikTok. Los usuarios locales participan

activamente en la creación de un archivo digital dinámico, donde las distintas perspectivas y voces contribuyen a una representación plural de la vida comunitaria.

1.4.3 Narrativas transmedia y ecosistema digital

Las narrativas transmedia implican la expansión de una historia, esto a través de distintas plataformas y formatos, en donde cada medio se encarga de aportar diferentes elementos que enriquecen el relato global.

Es así como, esta estrategia se encarga de promover una experiencia inmersiva para el usuario y fortalecer la participación activa de las audiencias, es así como esta estrategia promueve una experiencia inmersiva para el usuario, sino que también fortalece la participación activa de las audiencias según Guzmán et al., (2025).

En el ecosistema digital actual, las narrativas transmedia se han convertido en una práctica común entre los usuarios, quienes contribuyen con sus propios contenidos como los conocidos memes, videos, comentarios, remixes a la evolución y ampliación de los relatos (López, 2024).

Finalmente, esta lógica de producción colectiva resulta especialmente atractiva para los jóvenes, quienes, como evidencia UNICEF (2021) encuentran en estas dinámicas, un espacio de expresión e identificación personal y cultural. En el caso de Cotacachi, al ser una población pequeña puede ser más arraigado el sentido cultural, lo que podría constituir una limitación a las nuevas tendencias.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de investigación

Esta investigación se encuentra desarrollada con base en un enfoque mixto, que combina los métodos cuantitativos y cualitativos ya que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado.

Este enfoque fue elegido para la investigación porque permite, por un lado, observar cuántas veces y de qué manera se usan los medios y, por otro, comprender qué significan estos cambios para las personas de Cotacachi. Como indican Vásquez et al. (2023), combinar datos numéricos con interpretaciones personales ayuda a comprender mejor tanto el comportamiento del consumidor como los cambios culturales relacionados con lo digital.

El autor interpreta que los dos enfoques permiten analizar datos numéricos junto con interpretaciones subjetivas, que son esenciales para identificar tanto las tendencias de consumo como los cambios culturales asociados a las nuevas narrativas digitales en el Cantón de Cotacachi.

Los autores hacen alusión a como:

“la investigación cualitativa se centra en la exploración y comprensión de los fenómenos sociales y culturales desde la perspectiva de los participantes y sus experiencias subjetivas” (p. 48).

Además, el enfoque cuantitativo permite la recolección de datos que se pueden medir, por lo tanto, aquellos que son generalizables en relación a las variables, como lo es el uso de medios, la frecuencia de consumo, las plataformas digitales y los distintos tipos de contenidos consumidos.

De esta manera, el uso de las encuestas estructuradas permitirá la cuantificación de patrones y comportamientos mediáticos en la comunidad. El enfoque cualitativo permite la profundización de experiencias, percepciones y aquellos significados, que los individuos le atribuyen a su interacción con los medios digitales y tradicionales.

Es así como, estas entrevistas en profundidad se utilizarán para la exploración de aspectos como lo puede ser la apropiación de códigos culturales globales. El estudio es de naturaleza descriptivo-comparativo, ya que tiene como objetivo describir cómo los residentes de Cotacachi consumen información y comparar las diferencias entre el uso de los medios tradicionales y digitales en diferentes grupos de edad. Este tipo de investigación es apropiada porque nos permite caracterizar comportamientos, preferencias y prácticas comunicativas actuales al mismo tiempo que nos permite contrastar las diferencias generacionales, culturales y tecnológicas que se dan en la sociedad.

De esta manera, el uso combinado de las encuestas, con las entrevistas, resulta de especial importancia para la captación de aspectos cuantificables, como lo pueden ser las dimensiones subjetivas del fenómeno, siendo que, el enfoque metodológico es apropiado en un contexto como lo es el de Cotacachi, donde puede converger distintas generaciones, los niveles de acceso tecnológico y aquellas realidades socioculturales, lo que necesita un análisis que logre capturar regularidades tanto en las experiencias individuales como colectivas.

El estudio tuvo un diseño no experimental, ya que no se modificaron las variables y la información se recogió en un solo momento. La intención fue observar los hábitos mediáticos tal como ocurren en la vida diaria. Para ello se utilizaron encuestas con preguntas cerradas y una pregunta abierta, que permitieron conocer la opinión de los participantes sobre cómo proteger y fortalecer la cultura local. También se realizaron entrevistas cara a cara en las zonas urbanas y rurales de Cotacachi, cuidando siempre el anonimato, la confidencialidad y el consentimiento informado.

2.2 Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información de esta investigación se han utilizado dos técnicas complementarias, como lo es la encuesta y la entrevista a profundidad que, a decir de Duarte y Guerrero (2024) es en donde esta combinación resulta pertinente para la captación de aspectos cuantificables como lo son las dimensiones subjetivas de las variables estudiadas, proporcionando así una visión integral de los procesos de adaptación cultural y de consumo mediático en la comunidad de Cotacachi.

2.2.1 Encuesta

Al hablar de las encuestas estas se entienden como parte de la investigación cuantitativa, la cual es utilizada para la recolección de información de una muestra de población de interés, en donde aquello representa la recolección de datos, esto por medio de preguntas estandarizadas, que se encargan de administrar a una muestra de la población, en donde estos datos obtenidos a través de las encuestas llegan a ser analizados de manera estadística con el fin de obtener esta información sobre las actitudes, opiniones y comportamientos de la población.

Para la fase cuantitativa del estudio se aplicó una encuesta estructurada diseñada específicamente para describir y comparar los hábitos de consumo mediático de los habitantes de Cotacachi. El cuestionario estuvo conformado por 8 ítems, distribuidos en tres bloques temáticos:

- (1) consumo de medios tradicionales y digitales
- (2) interacción y participación en plataformas digitales, y
- (3) percepción de influencia cultural.

El instrumento incluyó preguntas cerradas de opción múltiple, ítems de selección única y selección múltiple, así como una pregunta abierta destinada a profundizar en la percepción de los encuestados sobre alternativas para proteger y promover la cultura local. Esta pregunta abierta se fundamenta en la necesidad de recoger criterios cualitativos complementarios que permitan interpretar de forma más contextualizada la relación entre digitalización e identidad cultural en Cotacachi.

2.2.2 Entrevista

Se considera a la entrevista como una técnica que puede ser utilizada en distintas áreas, por lo que, esta se trata de una herramienta de vital importancia para la recolección de información sobre aquellas actitudes, opiniones, valores y creencias de las personas, de la misma manera para la exploración de temáticas y conceptualizaciones mas amplias, en donde esta técnica de investigación se puede llegar a utilizar de forma estructurada, semiestructurada o no estructurada, utilizándolo tanto en investigaciones cuantitativas como cualitativas.

Por eso, el presente estudio, se encargó de realizar entrevistas semiestructuradas con seis preguntas dirigidas a participantes seleccionados intencionalmente, considerando de esta manera su nivel de exposición a medios digitales y tradicionales y su grado de participación en entornos digitales, donde las entrevistas se encargan de explorar temas como la apropiación de narrativas transmedia, el uso de códigos culturales globales en la comunicación cotidiana, y la percepción del movimiento cultural de los medios tecnológicos en la identidad local.

El instrumento incluyó preguntas cerradas de opción múltiple, ítems de selección única y selección múltiple, así como una pregunta abierta destinada a profundizar en la percepción de los encuestados sobre alternativas para proteger y promover la cultura local. Esta pregunta abierta se fundamenta en la necesidad de recoger criterios cualitativos complementarios que permitan interpretar de forma más contextualizada la relación entre digitalización e identidad cultural en Cotacachi.

2.3 Preguntas de investigación

- ¿Cómo influyen los medios digitales en los hábitos de consumo mediático de las audiencias en Cotacachi?
- ¿Qué diferencias existen entre los medios tradicionales y los medios digitales en las prácticas de consumo informativo y cultural de la comunidad?
- ¿De qué manera las audiencias de Cotacachi apropian y resignifican narrativas transmedia y códigos culturales globales en su comunicación cotidiana?
- ¿Qué impacto perciben los participantes en su identidad cultural como resultado de la exposición y participación en medios digitales?
- ¿Qué factores facilitan o limitan la infoinclusión y el acceso a los medios digitales en la comunidad de Cotacachi?
- ¿Cómo se percibe la transformación de las prácticas comunicativas e identitarias en el contexto de la convergencia mediática?

2.4 Matriz de operación de variables

Se evidencia como en la tabla 1 se encuentra la relación entre los objetivos de estudio, junto a los instrumentos de recolección de datos y de las variables que se utilizan para la identificación clara de los componentes de investigación, que se orientan a la comprensión de la transformación de los hábitos mediáticos en Cotacachi frente al auge de los medios digitales, junto al impacto de las prácticas culturales en la comunidad, esto a partir de la aplicación de encuestas y entrevistas.

Tabla 2. Matriz de operación de variables

Objetivo	Variable	Dimensión	Indicador	Ítem de la Encuesta	Escala
OG: Analizar cómo ha cambiado el consumo mediático y la cultura comunicativa en Cotacachi frente a los medios digitales.	Transformación de hábitos comunicativos	Frecuencia de consumo mediático	Tiempo diario dedicado a informarse	¿Cuánto tiempo dedicas al día a informarte en redes sociales u otros medios digitales?	Ordinal (intervalos de tiempo)
		Medio principal utilizado	Tipo de medio preferido	¿Cuál es tu principal fuente de información diaria?	Nominal
	Cultura digital	Integración de códigos digitales	Uso de memes, modismos o formatos digitales	¿Utilizas memes, modismos o expresiones digitales en tu comunicación cotidiana?	Ordinal (frecuencia)

Fuente: Elaboración propia

2.5 Matriz de variables según objetivo e instrumento de investigación:

La tabla 2 detalla las variables que se van a estudiar, con sus respectivas dimensiones, indicadores y algunos ejemplos de preguntas que orientan la recolección de datos. Su función es traducir los objetivos del estudio en resultados concretos y observables, consiguiendo de esta manera, la elaboración de los insumos y el posterior análisis de la información, permitiendo abordar de forma precisa los fenómenos relacionados con el consumo de medios, la apropiación cultural y la transformación de identidades en Cotacachi frente a los entornos comunicativos contemporáneos.

Tabla 3. Matriz de variables según objetivo e instrumento de investigación

Variable	Conceptualización Operativa	Dimensión	Indicador Medible	Ítem de la Encuesta	Escala
Transformación de hábitos comunicativos	Cambios en las prácticas informativas y formas de comunicación frente al aumento del uso de medios digitales.	Frecuencia de consumo	Tiempo dedicado a informarse en medios digitales	¿Cuánto tiempo dedicas al día a informarte en redes sociales u otros medios digitales?	Ordinal
		Medio principal	Tipo de medio preferido	¿Cuál es tu principal fuente de información diaria?	Nominal
Preferencia mediática	Nivel de preferencia entre medios tradicionales y digitales para informarse.	Consumo digital	Frecuencia de uso de redes sociales	¿Con qué frecuencia usas redes sociales para informarte?	Ordinal
		Consumo tradicional	Frecuencia de uso de TV, radio o prensa	¿Con qué frecuencia ves TV o escuchas radio para informarte?	Ordinal
Factores socio tecnológicos	Condiciones que facilitan o dificultan el acceso a tecnologías y medios digitales.	Acceso tecnológico	Disponibilidad de dispositivos e internet	¿Tienes acceso estable a internet y dispositivos digitales?	Nominal
		Barreras digitales	Dificultades para acceder a tecnología	¿Qué dificultades tienes para acceder a medios digitales?	Nominal múltiple
Apropiación cultural digital	Grado en que se adoptan códigos,	Lenguaje digital	Uso de memes,	¿Utilizas memes,	Ordinal

Variable	Conceptualización Operativa	Dimensión	Indicador Medible	Ítem de la Encuesta	Escala
Identidad cultural	formatos y expresiones digitales globales en la comunicación cotidiana.		modismos o expresiones digitales	modismos o expresiones digitales en tu comunicación cotidiana?	
	Participación digital	Interacción con contenido cultural	¿Con qué frecuencia compartes información cultural en redes sociales?	Ordinal	
	Percepción sobre la influencia de los medios digitales en la identidad y cultura local.	Percepción de cambio cultural	Evaluación del impacto en la identidad local	¿Consideras que los medios digitales han fortalecido o debilitado la identidad cultural de Cotacachi?	Nominal
	Promoción cultural	Valoración del rol de los medios digitales en difundir cultura	¿Crees que los medios digitales ayudan a promover la cultura local?	Nominal	

Fuente: *Elaboración propia*

2.6 Participantes (población y muestra)

En relación con la población, el objetivo de esta investigación se compone por los habitantes de la ciudad de Cotacachi, pertenecientes a diversos grupos etarios y niveles socioeducativos. Se incluyen tanto jóvenes como adultos y personas mayores, con el propósito de capturar la diversidad de experiencias y prácticas comunicativas en relación con el consumo de medios tecnológicos y tradicionales, así como su impacto en la adaptación cultural y las narrativas locales.

La selección de participantes consideró la necesidad de incluir tanto usuarios activos de medios digitales como redes sociales, plataformas de video, medios digitales ecuatorianos y extranjeros, asimismo, como consumidores habituales de medios tradicionales como la radio, prensa local, televisión comunitaria. Además, se indagó en la inclusión de personas de distintos niveles de alfabetización digital, con el fin de explorar también los factores que facilitan o limitan la infoinclusión en la comunidad.

Según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, s.f.), basados en el último censo nacional de 2022, la población total del cantón Cotacachi es de aproximadamente 21.414 personas. Para la determinación del tamaño adecuado de la muestra, se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas, considerando los siguientes parámetros:

- **Nivel de confianza:** 95 % ($Z = 1.96$)
- **Margen de error:** 5 % ($e = 0.05$)
- **Proporción esperada:** 50 % ($p = 0.5$)

La fórmula utilizada para calcular el tamaño de la muestra (n) es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times (1 - p)}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times p \times (1 - p)}$$

Donde:

$N = 21414$ (tamaño del universo)

$Z = 1.96$ (valor correspondiente al 95 % de nivel de confianza)

$p = 0.5$ (proporción esperada)

$e = 0.05$ (margen de error)

Aplicando los valores:

$$n = \frac{21414 \times 1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{(21414 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{21414 \times 3.8416 \times 0.25}{21413 \times 0.0025 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{20566.1656}{54.4929}$$

$$n = 377.40 \text{ personas}$$

Por lo tanto, el tamaño de la población estimada para este estudio es de aproximadamente 377 participantes. La muestra seleccionada para las encuestas es de 377 personas, lo que permitirá obtener datos representativos que reflejen las prácticas de consumo mediático, la apropiación de narrativas digitales globales y los procesos de adaptación cultural en la comunidad de Cotacachi.

2.6.1 Tipo de muestreo

Para la realización de la presente investigación se utilizó un muestreo intencional, porque son estrategias que resultan pertinente cuando se busca explorar fenómenos complejos en contextos locales como el de Cotacachi. Además, como explica Hernández (2021, p. 2) este tipo de muestreo comprende diversas variantes, y su selección depende de valoraciones subjetivas de los responsables del estudio ya que no siempre es posible ni necesario generalizar los resultados a toda la población.

En este caso, se decidió por el muestreo intencional, de modo que fuera posible capturar la riqueza y diversidad de las experiencias de las audiencias locales frente a los medios digitales y tradicionales; así mismo se optó por aplicar en las entrevistas un muestreo no probabilístico.

Por un lado, el muestreo intencional facilitó la selección de la muestra que se encontraran disponibles colaborar durante la etapa de recolección de información. Como señala Hernández (2021), en este tipo de muestreo permitió un proceso ágil y adaptado a las condiciones del trabajo de campo.

Por otro lado, se aplicó también un muestreo intencional, para asegurar que la población seleccionados que aportaran perspectivas valiosas y variadas para el estudio. En palabras del mismo autor, este enfoque consiste en que “la selección de los participantes se realiza mediante expertos que establecen criterios a seguir” (Hernández, 2021, p. 2).

Para este estudio, los criterios de inclusión y exclusión definidos fueron los siguientes:

- Incluir personas de diferentes edades (jóvenes, adultos y adultos mayores).
- Considerar tanto usuarios frecuentes como esporádicos de medios digitales y tradicionales.
- Incorporar distintos niveles de alfabetización digital.
- Incluir personas que participan activamente en entornos digitales como redes sociales, producción y consumo de narrativas digitales.
- Asegurar representación tanto de zonas urbanas como rurales dentro del cantón Cotacachi.

El uso combinado de estas dos estrategias permitió construir una muestra diversa y representativa de las múltiples formas en que las personas en Cotacachi se relacionan hoy con los medios y con las nuevas narrativas digitales.

2.7 Procedimiento y análisis de datos

El procedimiento general del estudio incluyó las siguientes fases:

Recolección de Datos:

Para la recolección de datos se realizaron entrevistas presenciales en zonas urbanas y rurales de Cotacachi, siempre cuidando el anonimato, la confidencialidad y el consentimiento informado. En esta técnica se respetó los derechos éticos de los participantes, asegurando su participación voluntaria y su derecho a retirar sus respuestas en cualquier momento. Como se indicó previamente, la recolección combinó métodos cuantitativos y cualitativos, en línea con el enfoque mixto del estudio.

Análisis Cuantitativo:

Los datos obtenidos mediante encuestas fueron sistematizados y procesados mediante análisis descriptivos, es decir, mediante frecuencias, porcentajes y análisis de variables sociodemográficas. Al respecto, como indican Soler y San Martín (2023) este análisis permitió identificar patrones de consumo mediático, preferencias de medios, niveles de acceso digital y percepción de impacto cultural en diferentes segmentos de la población de Cotacachi.

Análisis Cualitativo:

En la sección de anexos, las entrevistas semiestructuradas son transcritas íntegramente y sometidas a un proceso de análisis temático. Al respecto, el autor Anaya (2024) refiere que a través de la codificación abierta y la identificación de categorías emergentes se pueden analizar las formas en que las audiencias locales apropian y resignifican las narrativas digitales, los códigos culturales globales y su impacto en la identidad cultural local. Este análisis permitió complementar los resultados cuantitativos obtenidos con una comprensión profunda de los procesos de adaptación cultural y participación en el ecosistema digital.

Instrumento de recolección de datos: Encuesta y entrevista.

Para la recolección de datos se implementan encuestas estructuradas en formato impreso y mediante formulario de Google. La encuesta impresa empieza con la autorización del consentimiento del encuestado de que la información será para fines académicos. El cuestionario consta de siete preguntas cerradas con respuestas de opción múltiple que consisten en conocer la frecuencia, fuentes y percepción y opiniones del público objetivo, la plantilla se encuentra en la sección de anexos.

Del mismo modo y para lograr el alcance esperado de la población total se diseñó mediante la herramienta de Google Forms un cuestionario para la encuesta digital que será distribuido a la muestra seleccionada quienes, inicialmente responderán sobre el consentimiento informado de que la información proporcionada será para fines académicos y la encuesta será difundida por la aplicación de mensajería de WhatsApp cuyo link se encuentra en la sección de Anexo 2.

El instrumento de la entrevista semiestructurada consta de seis preguntas y contra preguntas acorde al desarrollo de las respuestas que proporcionen los entrevistados, estas preguntas son abiertas y responden a un dialogo previsto, sin embargo, debido a la naturaleza de este instrumento se permite un manejo de improvisación dependiendo del manejo de la entrevista.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como se indicó en la sección de metodología, la encuesta digital se aplicó a una muestra de 377 personas de la ciudad de Cotacachi. La mayoría de los encuestados corresponden a un rango etario menor a 30 años, lo cual refleja un perfil juvenil y digitalizado de la muestra, aunque se incluyó también un grupo de personas de 30 años en adelante, con el propósito de contrastar diferencias generacionales en los hábitos de consumo mediático; así como, se entrevistó a tres periodistas de medios escritos mediante el instrumento de las entrevistas semiestructuradas.

3.1. Resultados de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados que serán analizados por cada pregunta y datos obtenidos de la aplicación de las encuestas:

Pregunta 1.-

Tabla 4. Frecuencia de medios de comunicación principales según grupo etario.

Grupo etario	Medio principal	Frecuencia	Porcentaje
<30 años	Redes sociales	208	73 %
	Televisión	38	13 %
	Radio/Prensa	37	14 %
≥30 años	Redes sociales	94	60 %
	Televisión	56	20 %
	Radio/Prensa	19	20 %

Fuente: Encuesta digital aplicada por el autor.

Análisis:

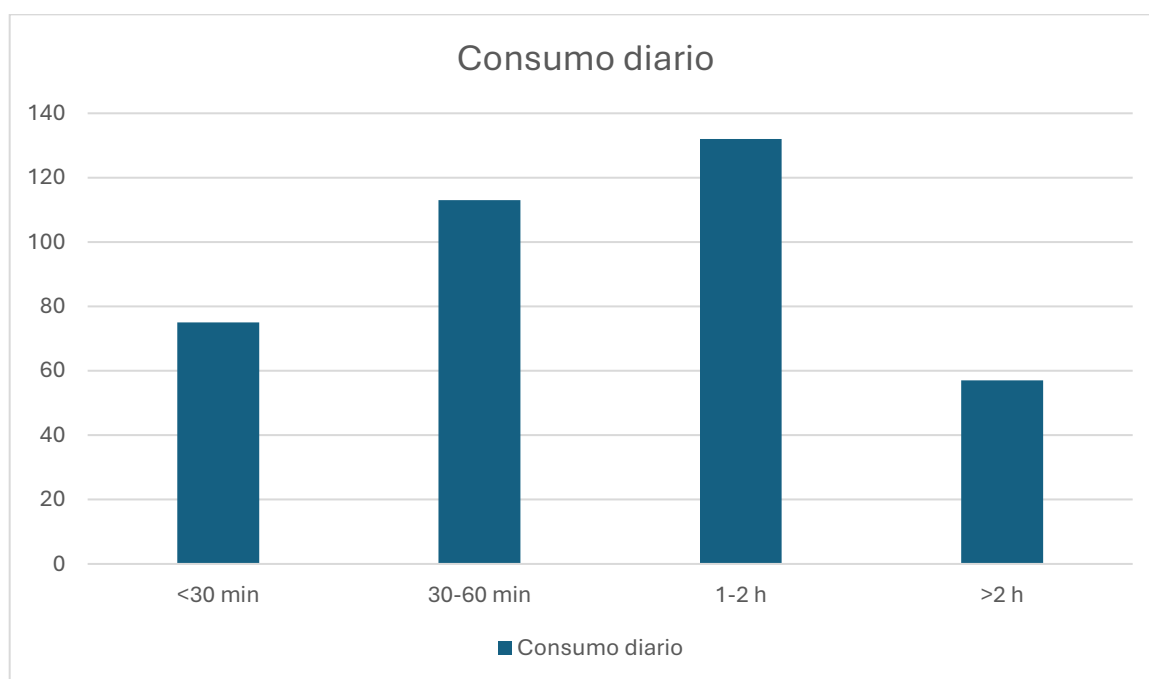
Con la clasificación por grupos etarios se muestra que las redes sociales son la principal fuente de información de todos los encuestados, aunque entre los mayores de 30 años los medios tradicionales mantienen una presencia relativamente superior frente a los jóvenes;

lo que se observa es la prevalencia de las redes sociales sobre otros medios como la tv y la radio o prensa.

Estos resultados no buscan enmarcar a cada generación en diferentes medios, sino, lo que se pretende es conocer como cada grupo etario se desenvuelve ante la realidad de la digitalización de la información. Al respecto, si bien medios como la prensa que se ejerce tanto en radio como en tv (medios tradicionales), en ningún grupo etario superan a las redes sociales, por medio de las cuales, más de la mitad de la población encuesta se informa.

Pregunta 2.-

Figura 1. Frecuencia diaria en medios digitales



Fuente: Datos de encuesta digital elaborado por el autor

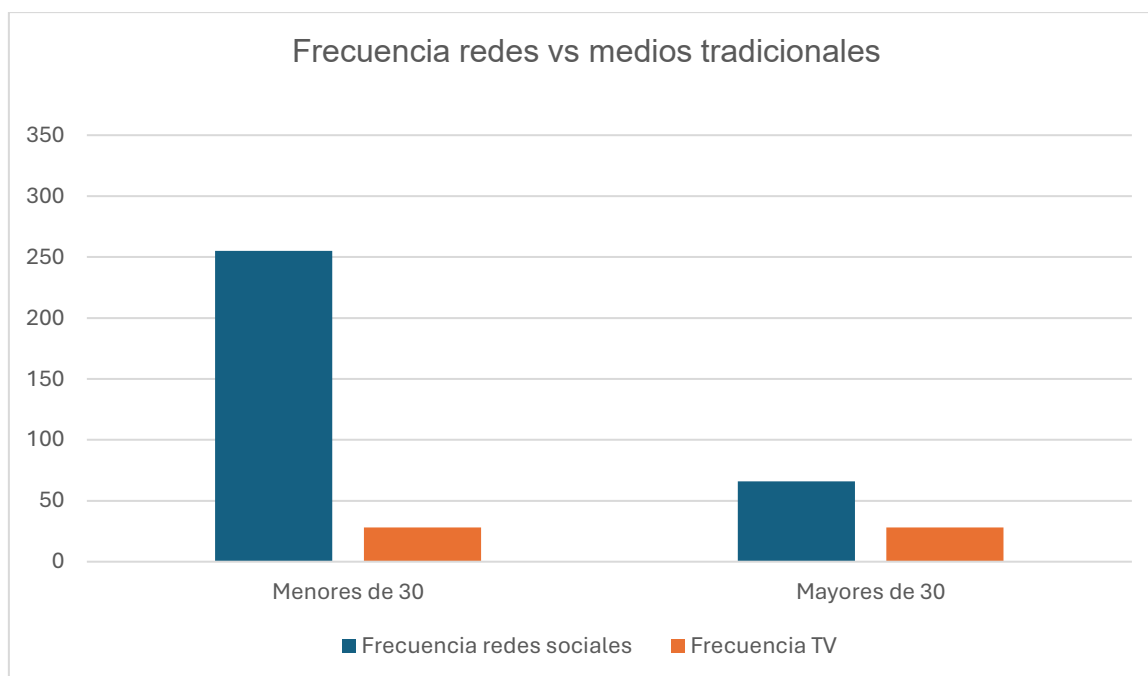
Análisis:

En este gráfico se muestra que la mayoría de los encuestados dedica entre 30 minutos y 2 horas diarias a informarse, lo que refleja un patrón de consumo informativo moderado y constante dentro de la comunidad. En detalle, el 35 % es decir 132 personas afirmaron dedicar de 1 a 2 horas, mientras que el 30 %, es decir 113 personas se ubica en el rango de 30 a 60 minutos diarios.

Un grupo más pequeño, correspondiente al 20%, es decir, 75 personas, afirmó estar informado menos de 30 minutos al día, lo que puede atribuirse a prácticas más tradicionales y menos digitalizadas posiblemente relacionado con personas mayores. Por otro lado, el 15% o 57 personas reportaron que utilizaron la información por más de 2 horas, indicando la existencia de usuarios intensivos, en su mayoría jóvenes, que muestran mayor contacto con las redes sociales y plataformas digitales.

Pregunta 3.-

Figura 2. Preferencia de uso entre Redes sociales vs. Medios tradicionales por grupo etario.



Fuente: Encuesta digital aplicada por el autor

Análisis:

Los resultados muestran claras diferencias según la edad. Los menores de 30 años utilizan intensamente las redes sociales, mientras que los mayores compaginan el consumo entre redes, televisión y radio. En cifras, el 90% de los jóvenes utiliza las redes sociales todos los días, en comparación con sólo el 10% que mira televisión todos los días. En el grupo de edad de más de 30 años, el 70% usa las redes sociales a diario y el 30% mira televisión a diario.

Pregunta 4.-

Tabla 5. Difusión de información por redes sociales.

Frecuencia de interacción con el contenido	Número de personas	Porcentaje
Todos los días	75	20%
Varias veces a la semana	132	35%
Ocasionalmente (una vez por semana o menos)	113	30%
Rara vez	38	10%
Nunca	19	5%

Fuente: Elaboración propia adaptado de los resultados de la encuesta.

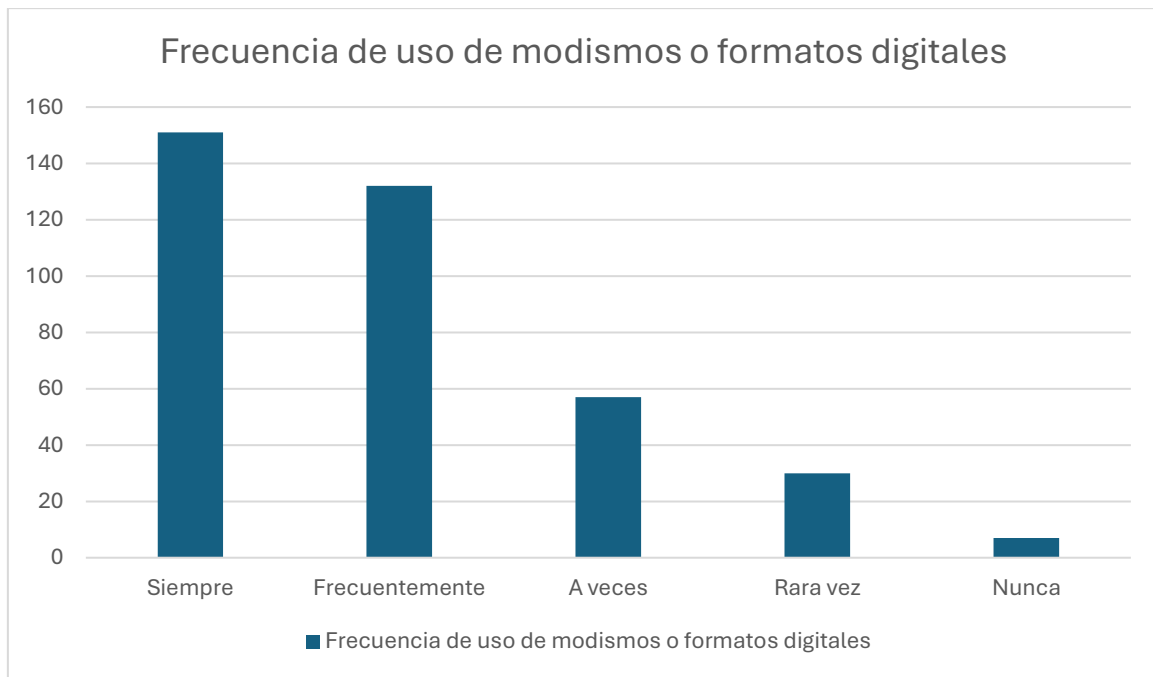
Análisis:

Además, alrededor del 55 % de los encuestados comparte información en redes sociales de forma diaria o semanal, lo que muestra una participación activa y coincide con la figura del prosumidor. En cambio, un 15 % casi nunca comparte contenidos, lo que refleja una actitud más pasiva frente a los medios digitales. En general, los jóvenes tienden a interactuar más, mientras que los adultos suelen limitarse al consumo de información.

Desde el punto de vista teórico, estos resultados confirman que el prosumidor está presente en Cotacachi, especialmente entre los jóvenes, quienes actúan como difusores de contenidos culturales en el entorno digital. Esto fortalece la participación ciudadana y permite crear narrativas locales desde plataformas globales, reafirmando el proceso de glocalización desarrollado en el marco teórico.

Pregunta 6.-

Figura 3. Adopción de modismos y formatos externos.



Fuente: Elaboración propia adaptado a los resultados de la encuesta.

Análisis

Los resultados señalan que tres de cada cuatro encuestados, es decir, el 75% afirman que los jóvenes utilizan modismos, memes o expresiones digitales en su comunicación. Sin dudas, estos datos evidencian una fuerte incorporación de códigos culturales externos a la cultura digital de los habitantes de Cotacachi.

En el contexto de Cotacachi, este fenómeno refleja un proceso de *glocalización* digital, en el que las personas adoptan expresiones comunes de redes como TikTok, Facebook o Instagram, pero las adaptan a su modo de hablar, a su humor local y a los referentes de su comunidad. Por ejemplo, el uso de memes relacionados con festividades o personajes locales demuestra cómo la población combina lo global y lo local para fortalecer un sentido de pertenencia cultural, al tiempo que participa en una red comunicacional transnacional.

Desde el punto de vista sociocultural, el uso frecuente de estos recursos evidencia una adaptación de los códigos comunicativos tradicionales, dando paso a una forma de comunicación más abierta. Sin embargo, la incontrolada incorporación de estos modismos también plantea el desafío de preservar los rasgos lingüísticos locales frente a las tendencias globales.

Pregunta 6.-

Tabla 6. Efecto de los medios digitales en la identidad cultural

Grupo etario	Reforzada	Debilitada	No ha cambiado	No sabe
<30 años	94 (33 %)	150 (53 %)	39 (14 %)	0
≥30 años	38 (40 %)	19 (20 %)	19 (20 %)	19 (20%)

Fuente: Encuesta digital aplicada por el autor

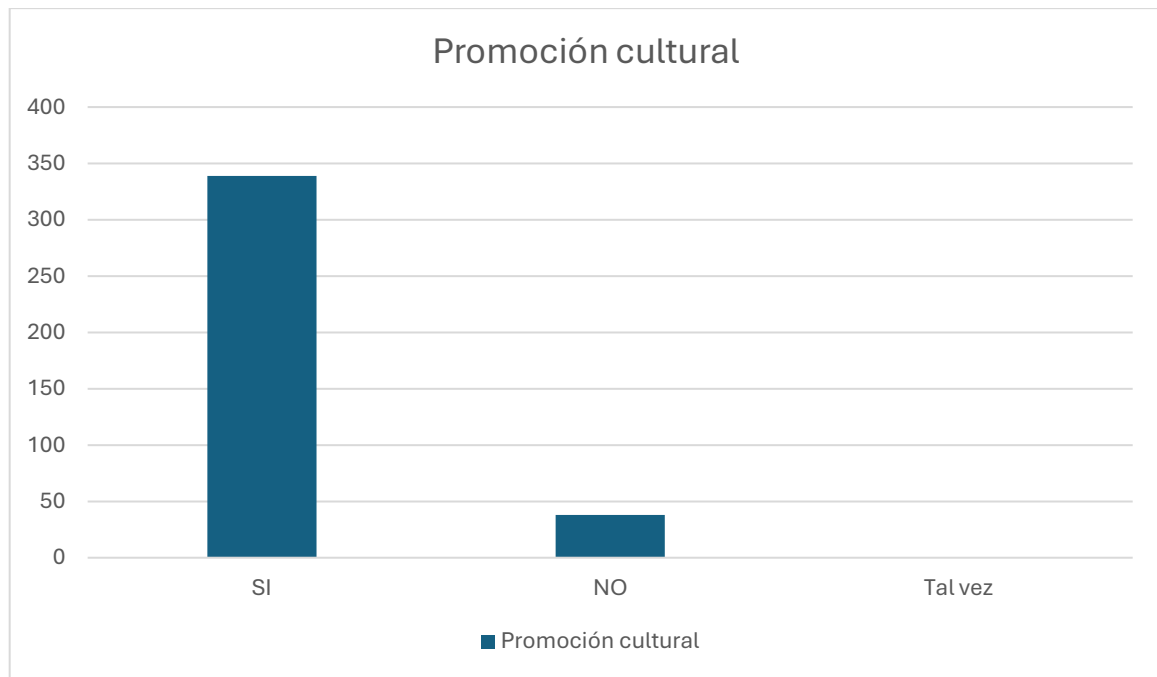
Análisis:

La encuesta comparte datos donde se tienen dos posturas: entre los jóvenes predomina la percepción de debilitamiento cultural, mientras que los mayores tienden a ver los medios digitales como una oportunidad para reforzar la identidad, aunque existe mayor dispersión en sus respuestas.

El estudio permitió evidenciar que en Cotacachi el consumo informativo presenta diferencias generacionales claras, pues mientras los jóvenes menores de 30 años dependen casi exclusivamente de las redes sociales como fuente principal de información, los adultos de 30 años en adelante mantienen un consumo más equilibrado que combina medios digitales con formatos tradicionales como la televisión, la radio y la prensa escrita.

Pregunta 7.-

Figura 4. Promoción cultural por medios digitales



Fuente: Datos de encuesta digital aplicada por el autor

Análisis:

Estos resultados evidencian que una amplia mayoría de los encuestados, es decir el 90 % considera que los medios digitales pueden ayudar a promover la cultura local, mientras que solo un 10 % se mostró en desacuerdo y ninguno eligió la opción “tal vez”. Este resultado denota una percepción positiva y casi unánime sobre el potencial de las plataformas digitales como canales de difusión cultural, especialmente en un contexto en el que los medios tradicionales han perdido centralidad entre los más jóvenes.

La confianza depositada en lo digital como medio de promoción cultural se alinea con la creciente tendencia del uso de redes sociales y medios en línea para visibilizar prácticas, costumbres y expresiones artísticas locales. No obstante, estos resultados solo constituyen una opinión que no se ha contrastado con otros estudios, pues, si bien las redes sociales sirven para promocionar diferente tipo de contenido, no se tiene certeza si en el ámbito de la cultura tiene un alcance relevante toda vez que esta temática no encabezaría la lista de preferencias en los motores de búsqueda de las redes sociales.

Pregunta 8.-

La última pregunta de la encuesta no es una pregunta con opciones de respuestas como las anteriores, por eso se trata de una encuesta semiestructurada. En ese sentido, esta última

interrogante dentro de la encuesta busca que los encuestados compartan su criterio respecto a la variable de protección y promoción de la cultura frente al avance tecnológico y la información que se difunde en redes sociales y otras plataformas digitales. Ante lo cual se tienen ocho opciones de respuestas dadas por los encuestados:

- Creación de archivos y/o repositorios digitales
- Programas de alfabetización mediática y talleres
- Apoyo y promoción de creadores locales
- Alianzas institucionales y promoción turística
- Transmisión / difusión de eventos culturales en vivo
- Producción en kichwa y preservación lingüística
- Políticas públicas y financiamiento a medios locales
- Códigos éticos / guías para difusión cultural

A continuación, se distribuyen las respuestas de los encuestados de manera estadística para una mejor comprensión en esta sección de resultados y análisis.

Tabla 7. Opinión para la protección y promoción cultural.

Categoría (alternativa)	Conteo (menciones)	Porcentaje
1. Creación de archivos / repositorios digitales	94	25.0%
2. Programas de alfabetización mediática/talleres	75	19.9%
3. Apoyo y promoción de creadores locales	57	15.1%
4. Alianzas institucionales / promoción turística	46	12.2%
5. Transmisión / difusión de eventos (streaming)	36	9.6%
6. Producción en kichwa / preservación lingüística	27	7.2%
7. Políticas públicas y financiamiento	20	5.3%
8. Códigos éticos / guías para difusión	12	3.2%
9. No sabe / no responde	10	2.6%

Categoría (alternativa)	Conteo (menciones)	Porcentaje
Total	377	100.0%

Fuente: Elaborado por el autor y adaptado de las encuestas.

Análisis:

Las respuestas abiertas a la pregunta sobre la opinión de los encuestados respecto a la protección y promoción de la cultura local frente a lo digital revelan un conjunto de propuestas que se centran principalmente en la documentación y la formación.

Esta opción fue la más citada, en un 25 % y lo que se comprende al respecto es a la creación de repositorios digitales mediante archivos audiovisuales y fotográficos que garanticen la preservación de prácticas, festividades y eventos en fechas importantes, que en otras palabras implica conservar el material cultural en formatos accesibles y permanentes.

Seguido de esto, con un 19.9 % aparecen las acciones formativas que consiste en talleres de alfabetización mediática y espacios para la producción audiovisual y verificación de información. Esta exigencia de formación sobre medios digitales y tecnologías sugiere que la comunidad no sólo se dedique a difundir su cultura, sino a hacerlo con criterios de calidad y responsabilidad, con lo cual se podrán reducir riesgos referente a la banalización o mal uso comercial de los contenidos locales.

Por su parte, los encuestados también indican que la promoción no solo debe ser de la cultura, sino de los creadores de contenido cultural local (15.1 %) y en una misma medida la incorporación de alianzas institucionales (12.2 %) con la finalidad de que se promueva la identidad cultural mediante incentivos, concursos, fondos y convenios con instituciones cercanas a los territorios como el municipio, universidades y entidades de turismo, quienes son los que pueden profesionalizar la producción cultural y ampliar su alcance.

Como opción a considerar y en relación con lo anterior se encuentra la difusión en vivo de eventos, donde el 9.6 % de los encuestados consideras que es una vía concreta para visibilizar tradiciones en tiempo real y atraer audiencias externas.

Por otro lado, las propuestas orientadas a la preservación lingüística (7.2 %) o también puede ser la producción de contenidos en *kichwa* donde se destaque la importancia de defender la identidad etnolingüística de las comunidades de esta zona de la Sierra.

Finalmente, en menor proporción, el (5.3 %) de los encuestados mencionan la necesidad de que por parte del gobierno se establezcan políticas públicas y de financiamiento; así como, la elaboración de códigos éticos para la difusión cultural (3.2 %), lo cual se traduce en que para el reconocimiento de que la protección cultural también se requiere apoyo de las diferentes instituciones públicas encargadas de la cultura y el patrimonio intangible y de ciertos criterios deontológicos cuando se trate de asuntos relacionados con la cultura de Cotacachi.

En síntesis, de lo compartido por la comunidad se puede inferir una postura práctica donde los encuestados han entendido que no se trata solo de publicar más contenido, sino de documentarlo, formar a creadores locales, observar y potenciar las capacidades institucionales y garantizar que mediante la normativa en la materia se pueda promover la cultura. Por lo aportado, no cabe dudas que estos resultados se alinean a las propuestas teóricas planteadas en el marco de la tesis sobre *glocalización y prosumidor*.

En definitiva, la digitalización de los medios tradicionales no puede entenderse como una amenaza para la identidad cultural, sino como un campo de posibilidades que, si se orientan adecuadamente pueden contribuir a preservar y proyectar la riqueza cultural local hacia audiencias que no conocen la identidad cultural de Cotacachi.

3.2. Resultados de entrevistas

Tabla 8. Matriz de resultados de entrevistas.

Pregunta	Categoría / Variable	Respuestas
<p>Pregunta N° 1.</p> <p>¿Podría contarme cómo se informa usted normalmente?</p> <p>¿Qué medios utiliza y por qué?</p>	<p><i>Hábitos de consumo mediático</i></p>	<p>E1: El entrevistado se comunica por sociales como Facebook por que es una red social grande.</p> <p>E2: El entrevistado se comunica por WhatsApp por que es el mejor sistema de mensajería.</p>

Pregunta	Categoría / Variable	Respuestas
<p>Pregunta N° 2.</p> <p>¿Cuál cree usted que es la principal diferencia entre recibir información por televisión/radio y por redes sociales?</p>	<p><i>Comparación medios tradicionales vs. digitales</i></p>	<p>E3: El entrevistado se comunica por WhatsApp y su canal de Youtube</p> <p>Poca gente se informa combinando medios tradicionales como la radio comunitaria y la prensa local.</p> <p>E1: Este entrevistado resaltan la interactividad</p> <p>E2: El entrevistado resalta la actualización constante</p> <p>E3: El entrevistado resalta la libertad de expresión en redes.</p> <p>Sin embargo, advierten sobre la falta de verificación y opinión descontrolada.</p>
<p>Pregunta N° 3.</p> <p>¿Conoce iniciativas locales (radio comunitaria, páginas, colectivos) que promuevan la infoinclusión? ¿Cómo funcionan?</p>	<p><i>Infoinclusión y alfabetización digital</i></p>	<p>E1 y E2: “Radio Ilumán Digital”</p> <p>E3: “Cotacachi en Red”</p> <p>Estas iniciativas capacitan jóvenes para crear contenido local.</p>
<p>Pregunta N° 4.</p> <p>¿Cree que los jóvenes reinterpretan las tradiciones locales en redes sociales? ¿Cómo lo hacen?</p>	<p><i>Apropiación cultural digital</i></p>	<p>E1: Los jóvenes adoptan temáticas de fiestas externas</p> <p>E2: Se implementan modismos</p> <p>E3: Reinterpretan música local en aplicaciones como TikTok y mediante videos cortos como <i>Reels</i>.</p> <p>Coinciden en que además se integra el kichwa en memes o <i>challenges</i>.</p>
<p>Pregunta N° 5.</p> <p>¿Siente que los medios digitales fortalecen o debilitan la identidad cultural de</p>	<p><i>Identidad cultural e influencia mediática</i></p>	<p>E1: percibe debilitamiento debido a la pérdida de valores tradicionales;</p>

Pregunta	Categoría / Variable	Respuestas
Cotacachi? Explique con ejemplos.		E2 y E3: consideran un fortalecimiento siempre y cuando la difusión cultural sea más amplia.
Pregunta N° 6.		E1: puede haber promoción turística.
¿Qué oportunidades ve en los medios digitales para promover la cultura local? ¿Qué riesgos identifica?	<i>Proyección cultural y sostenibilidad digital</i>	E2 y E3: oportunidad en la educación y difusión cultural. No obstante, se advierte sobre los riesgos en desinformación y banalización de la cultura.

Fuente: Elaboración propia

Las entrevistas semiestructuradas realizadas a tres periodistas de medios tradicionales de Cotacachi permitieron identificar percepciones comunes y divergentes frente al proceso de digitalización de la comunicación. A continuación, se realiza un análisis del instrumento de preguntas con las variables de la entrevista.

Hábitos de consumo mediático

En primer lugar, los entrevistados reconocieron que los hábitos de consumo informativo varían de manera marcada según la edad. Los jóvenes menores de 30 años se informan casi exclusivamente a través de redes sociales y portales digitales, mientras que la población adulta mantiene una relación más equilibrada, pues, aunque utiliza las plataformas en línea, continúa recurriendo a la televisión, la radio y la prensa escrita como fuentes complementarias. Esta diferencia generacional ha obligado a los medios tradicionales a replantear sus estrategias de difusión.

En relación con este punto, los periodistas coincidieron en que los medios tradicionales están atravesando un proceso de cambio para ajustarse a las dinámicas digitales actuales. Hoy en día, adaptarse y combinar distintos formatos se vuelve clave para seguir siendo relevantes, ya que el público espera rapidez e interacción constante.

Comparación medios tradicionales vs. Digitales

A partir de la pregunta 2 de la entrevista, los profesionales señalaron que tanto la radio como la televisión local han comenzado a apoyarse en redes sociales y transmisiones en vivo, lo que les ha permitido llegar a más personas y captar el interés de públicos jóvenes que ya no consumen con la misma frecuencia los formatos tradicionales.

Otro aspecto importante tiene que ver con el impacto cultural de los medios digitales. Los periodistas indicaron que estas plataformas generan el efecto que al introducir modismos y formatos externos se puede ir desplazando las expresiones culturales propias de la localidad.

Infoinclusión y alfabetización digital

Por otro lado, con la pregunta 3 de la entrevista, los profesionales mencionan que, por medio de la tecnología existe una oportunidad significativa para visibilizar y fortalecer la identidad cultural de Cotacachi, siempre que se generen contenidos creativos y estratégicamente planificados. Esta visión revela la conciencia de los profesionales sobre los riesgos de la globalización cultural, así como sobre las posibilidades de resistencia y afirmación a través de la digitalización.

Las entrevistas con periodistas confirman esta visión ambigua. Reconocen que los medios digitales son una poderosa herramienta para democratizar la comunicación y promover la cultura local, pero también advierten del riesgo de desinformación y pérdida de rigor periodístico.

Apropiación cultural digital

En lo referente a la pregunta 4, los entrevistados coinciden en que la mayoría de los jóvenes adaptan fiestas, modismos y música local en aplicaciones como TikTok y mediante videos cortos como *Reels* donde además se integra el kichwa en memes o *challenges*. No obstante, la información externa que consumen también es adaptada a la cultura local.

Se ha observado en redes específicas como TikTok que existen artistas o cantantes que tienen sus propias versiones de videos viralizados o en tendencia. A criterio del autor, esto no es novedoso ya que es muy común observar que en otras comunidades o ciudades grandes en el Ecuador también hacen lo mismo. En el caso de la comunidad de Cotacachi son muy pocos los usuarios de esta red que tienen un gran alcance o exposición viral, lo

que presupone que el tipo de contenido local no satisface el *target* o audiencia objetivo de ese tipo de contenido.

Identidad cultural e influencia mediática

En relación con la pregunta 5 de la entrevista, tanto encuestados como entrevistados coincidieron en que, a pesar de sus limitaciones, los medios digitales también representan una oportunidad para visibilizar tradiciones y reforzar la identidad cultural de Cotacachi, siempre que exista alfabetización mediática y se impulsen estrategias comunicativas creativas y responsables.

En este sentido, los entrevistados destacaron tanto las oportunidades como los riesgos de la digitalización. Entre las oportunidades mencionaron una comunicación más abierta, la posibilidad de dar voz a actores locales y el alcance a públicos más amplios. Entre los riesgos señalaron la desinformación y la pérdida de rigor periodístico frente a la velocidad de las redes sociales.

Proyección cultural y sostenibilidad digital

Con la pregunta 6 se puede tener breves apreciaciones que permiten comprender que si bien existe un consenso en cuanto al potencial de los medios digitales para fortalecer la cultura local, también se reconoce la necesidad de adoptar estrategias responsables que garanticen un uso adecuado de estas herramientas. Pues, no es suficiente con proyectar culturalmente a modo de tendencia actual, sino que la cultura de Cotacachi quede reconocido a nivel provincial y nacional como un destino de riqueza cultural.

No obstante, Cotacachi al ser una comunidad cultural y diversa presenta muchas oportunidades que tienen que ver con la promoción turística, recreación y educación. Para aquello es importante considerar algunos riesgos tales como la desinformación y banalización de la cultura, es decir, que quienes se encuentren iniciando con la proyección cultural de Cotacachi tengan presente de la gran responsabilidad que tienen en sus manos de visibilizar la cultura de esta comunidad.

3.3. Análisis e interpretación general de los resultados

Con base en la metodología aplicada y los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas y revisión documental, se tiene el siguiente análisis respecto a las preguntas de investigación.

La opinión de los medios digitales evidencia cambios claros en los hábitos de consumo informativo y cultural en Cotacachi. Los datos muestran que las redes sociales han ido desplazando poco a poco a la televisión y la radio como principales fuentes de información.

Según los resultados de la encuesta, plataformas como Facebook e Instagram son las más utilizadas para informarse y socializar, sobre todo entre jóvenes de 18 a 30 años. La mayoría se conecta a diario y prefiere contenidos breves y visuales, propios de la dinámica de la cultura digital actual.

Esta realidad muestra que las audiencias locales han dejado de ser solo receptoras de información para convertirse en participantes activas, que eligen qué ver, interactúan y comparten contenidos. A pesar de ello, el estudio evidencia que los medios tradicionales continúan siendo percibidos como confiables, aunque hoy en día se los utiliza con menor frecuencia frente a los medios digitales.

Mientras la televisión y la radio mantienen su imagen de fuentes serias y confiables, los medios digitales destacan por su rapidez, la variedad de contenidos que ofrecen y la posibilidad de que los usuarios interactúen directamente con la información y con otros usuarios.

Sin embargo, la confianza en la información que circula en las redes sociales aún no es total. Los datos de la encuesta muestran que aproximadamente la mitad de los participantes expresan una confianza moderada en los contenidos transmitidos a través de estas plataformas.

Desde el punto de vista cultural, los medios tradicionales siguen desempeñando un papel importante en la difusión de acontecimientos, valores y expresiones de la sociedad. Los medios digitales, por su parte, han abierto nuevos espacios de participación y comunicación cultural, especialmente entre los jóvenes y los colectivos artísticos, aunque todavía no han logrado el efecto esperado.

Ahora, en términos de audiencias de Cotacachi y apropiación de narrativas transmedia y códigos culturales, se sabe que integran lenguajes y formatos globales como memes, hashtags, emoticonos y videos cortos en su comunicación cotidiana, pero los adaptaron a su contexto local.

Los datos también confirman el uso recurrente de modismos, expresiones virales y recursos visuales digitales, lo que demuestra una apropiación creativa adaptada a la vida cotidiana de Cotacachi. Esto se ve en contenidos vinculados a fiestas locales, tradiciones *kichwas* y expresiones artísticas que se trasladan al entorno digital.

Como parte del análisis se puede indicar que la percepción es predominantemente positiva, toda vez que la mitad de los encuestados considera que los medios digitales promueven la identidad cultural, al permitir la difusión de prácticas, festividades y conocimientos ancestrales. No obstante, uno de cada cuatro personas está conscientes del riesgo de pérdida de autenticidad porque consideran que esta apropiación puede significar una simplificación de las tradiciones cuando se busca adaptarlas a los formatos de consumo rápido.

En términos generales, se puede indicar que la exposición de contenido en redes sociales ha impulsado un sentido de pertenencia, especialmente, entre los jóvenes, quienes utilizan los medios como una forma de orgullo local al momento de querer dar a conocer la cultura cotacacheña ante públicos extranjeros.

Esta investigación ha permitido conocer las motivaciones y limitantes para tener un acceso equitativo a la comunidad digital. Entre ellos se encuentran:

- La conectividad de internet deficiente en la comunidad.
- Falta de dispositivos tecnológicos o desactualizados.
- Alfabetización digital por debajo del nivel mínimo de educación tecnológica.
- Costos elevados de los prestados de servicio de Internet.

Estos factores constituyen limitantes del acceso a las redes sociales y por consiguiente a la era digital, especialmente entre los sectores rurales y adultos mayores. Sin embargo, no se percibe que como limitante se encuentre la resistencia a los cambios y avances tecnológicos, que en otros casos si es una causa representativa por la que las personas mayores no se involucran en la coyuntura tecnológica.

En contraste, la alta motivación para participar en redes sociales y el uso extendido de teléfonos inteligentes modernos son facilitadores de la inclusión al mundo digital, pero de nada servirá sino se cuenta con programas de capacitación y acceso equitativo para todos los rangos etarios.

El estudio concluye que la inclusión digital en Cotacachi depende tanto de la infraestructura como de la formación de competencias digitales para los Cotacacheños. Dado que, como se ha observado, los ciudadanos combinan medios tradicionales con plataformas digitales para informarse, participar y expresar su identidad.

En síntesis, la comunicación ya no es de un solo sentido. En el desarrollo de este trabajo se ha abordado el término prosumidor que son personas que comparten y comentan contenidos, donde la identidad cultural se expresa mediante códigos que integran símbolos locales en narrativas externas. Esta transformación pone a Cotacachi en una comunidad que una comunidad consumidora y productora de contenido cultural.

3.4. Discusión

En esta parte del trabajo se analizan y contextualizan los hallazgos tras las técnicas aplicadas para esta investigación, con la finalidad de reafirmar o refutar las teorías de los autores consultados.

En ese sentido, entorno a un primer escenario sobre la influencia del consumo mediático con la irrupción de los medios digitales en Cotacachi se tiene que cuatro de cada cinco jóvenes tienen como principal fuente de información a las redes sociales. Este dato demuestra un gran patrón comunicativo que prioriza al teléfono móvil y las plataformas digitales como medios de comunicación.

Lo anterior confirma lo manifestado por los autores Jenki y Solari quienes abordan un modelo de comunicación participativo, donde los usuarios se encuentran interactuando activamente. No obstante, en el lugar seleccionado, en Cotacachi aún no se puede decir que la población ha olvidado los medios tradicionales, sino que se encuentran en proceso de adaptación a los avances tecnológicos, y se caracterizan por ser personas mayores quienes aun se informan por medio de radio o televisión.

Ahora bien, corresponde saber si la información que se encuentra siendo difundida por los diferentes medios es creíble. Por ello, con la realización del presente trabajo se ha

evidenciado que la población juvenil tiene más confianza en la inmediatez de las redes sociales para informarse, mientras que los adultos tienen más confianza en los medios tradicionales por que conocen que dicha información que se observa en los noticieros es información contrastada y verificada.

En otras palabras, los jóvenes prefieren tener información a la mano y anticipada aunque no sean verificables, a diferencia de los mayores quienes valoran los procesos comunicacionales tradicionales, sin embargo, se tiene evidencia que la información expresada no siempre es confiable porque surge de fuentes que no tienen mayor relevancia en los diferentes contextos.

Esta situación se da con mayor nivel en la zona rural donde la radio comunitaria y la prensa aún mantiene cierta confianza, porque, como se ha indicado, la juventud prefiere la inmediatez sobre la credibilidad. Por su parte, las redes sociales se convierten en espacios libres y participativos, pero con cierto nivel de desinformación o donde más está presente las opiniones y rumores.

Los resultados de este trabajo han demostrado que más de la mitad de encuestados consideran que los medios digitales debilitan ciertos rasgos culturales locales, y se evidencia cuando se adoptan modismos, música, y estilos de vida en general. Sin embargo, la otra mitad, considera que si estas herramientas fuesen utilizadas de manera correcta podría servir para difundir la cultura local.

Este hallazgo les otorga a los medios digitales la característica de doble filo porque por un lado puede contribuir a la pérdida de tradiciones, por otro lado, puede ser visto como una oportunidad para aumentar el valor de la cultura local. Este acontecimiento no es extraño, porque como se ha estudiado en el desarrollo de este trabajo, el término de hibridación cultural sostiene que la modernidad latinoamericana se ha visto influenciada por lo tradicional y lo global.

Con las entrevistas realizadas, la población juvenil de Cotacachi se convierte en actores centrales de todo este proceso de transformación de cultura digital. Particularmente, las redes como TikTok, Instagram y Youtube son donde más se recrean costumbres locales y donde se incorpora el idioma Kichwa (segundo idioma más hablado en Ecuador) en el contenido de estas redes, mediante memes, videos cortos y versiones propias de canciones para contar historias locales.

Este contexto se relaciona con lo que implica el concepto de prosumidor que es abordado por el autor López, en donde los usuarios ya no consumen información que encuentran en redes, sino que la traducen en acciones concretas para las diferentes plataformas.

En estos casos, al otro lado de las pantallas no existen receptores, sino jóvenes entusiastas en crear contenido de cultura global. Por tanto, Cotacachi se convierte en un espacio ideal para que los jóvenes plasmen sus ideas en contenido digital sobre su cultura local y que puede ser globalizada a las tendencias de las redes.

El progreso digital es indiscutible; sin embargo, las encuestas y entrevistas llevadas a cabo con jóvenes, periodistas y miembros de la comunidad revelan problemas asociados con el acceso a las redes sociales. Elementos tales como la conectividad inconstante, los escasos niveles de alfabetización digital en la población adulta y la insuficiencia de infraestructura tecnológica siguen constituyendo consideraciones a tener en cuenta.

A pesar de estas restricciones, han surgido iniciativas locales de inclusión informativa como Radio Ilumán Digital y Cotacachi en Red, que facilitan procesos de formación y fomentan un uso responsable de las plataformas digitales. Estas experiencias evidencian el interés de la comunidad por adoptar un enfoque crítico hacia la tecnología.

En este contexto, la alfabetización mediática abarca más que simplemente el dominio de no se limita a la mera utilización de dispositivos, sino que abarca el desarrollo del juicio, el pensamiento crítico y la habilidad para analizar y valorar la información. En Cotacachi, este proceso se halla actualmente en desarrollo; sin embargo, indica de manera evidente un importante trabajo colectivo.

Los medios locales tradicionales, como la radio, la televisión local y los medios impresos, han comenzado a integrar estrategias digitales, incluida la transmisión en vivo y las redes sociales, las redes sociales y la distribución de contenido multimedia. Los periodistas entrevistados coinciden en que sin esta adaptación la comunicación local puede quedar en desventaja ante las nuevas tendencias en los hábitos de consumo de información.

En Cotacachi, esta amalgama entre lo tradicional y lo digital ha propiciado una comunicación más horizontal, permitiendo a la comunidad interactuar de manera directa y participar en el desarrollo de contenidos y la proyección de su identidad hacia contextos más extensos, incluyendo un ámbito global.

En resumen, la investigación demuestra que Cotacachi se encuentra en un proceso significativo de transformación mediática y cultural. Los medios digitales han transformado los métodos de obtención de información, la expresión personal y la construcción de contenido en la comunidad.

Por otro lado, los jóvenes tienden a identificarse en mayor medida con una cultura digital global, mientras que los adultos están más inclinados a preservar una conexión más fuerte con lo local. Sin embargo, el desafío principal continúa siendo la disparidad digital, especialmente en áreas rurales, donde la carencia de acceso y de capacitación en medios puede dar lugar a desigualdades en la participación cultural.

En consecuencia, mejorar los procesos de formación y los recursos de la comunidad digital es esencial para fomentar una ciudadanía digital activa, crítica e identitaria cultural. En conjunto, los hallazgos indican que en Cotacachi el consumo de información se presenta predominantemente en niveles moderados, con variaciones correlacionadas a la edad y al nivel de alfabetización digital.

Simultáneamente, el reducido porcentaje de respuestas negativas sugiere que, a pesar de algunas incertidumbres, prevalece una percepción general positiva respecto a la digitalización como una oportunidad para consolidar la identidad comunitaria.

CONCLUSIONES

El estudio planteó como objetivo general analizar los medios digitales y la adaptación de las audiencias en Cotacachi, con el propósito de comprender cómo las nuevas plataformas modifican la comunicación local y la relación entre los ciudadanos y su cultura. A partir de los resultados obtenidos mediante la encuesta, entrevistas y revisión bibliográfica, se concluye lo siguiente:

El objetivo general se ha cumplido plenamente, ya que la investigación demuestra que los medios digitales han transformado de manera significativa los hábitos de consumo mediático, las formas de participación y las dinámicas identitarias en Cotacachi. Se verifica un movimiento gradual de los medios convencionales hacia plataformas digitales, caracterizado por procesos de convergencia tecnológica y hibridación cultural, lo que evidencia el efecto directo de la digitalización en los métodos de comunicación a nivel local.

En referencia al objetivo relacionado con los hábitos de consumo, este se alcanzó mediante la implementación de una encuesta dirigida a la población. Los resultados indican un claro predominio en la utilización de redes. Las plataformas sociales, tales como Facebook, WhatsApp y YouTube, se han convertido en las principales fuentes de información, lo que pone de manifiesto el desplazamiento de los medios de comunicación tradicionales. En relación con el objetivo asociado a la percepción de credibilidad y confiabilidad, se evidencia que la radio y la televisión siguen siendo consumidas de manera complementaria especialmente en zonas rurales.

A pesar de que la confianza continúa estando asociada predominantemente a los medios de comunicación tradicionales, los hallazgos de la investigación indican la necesidad de realizar estudios más exhaustivos en relación con la desinformación digital y su impacto en la confianza de la población. En relación con el objetivo concerniente a la influencia de los medios digitales en la identidad cultural, este se alcanzó a través de un análisis cualitativo de las entrevistas.

Se constató que los jóvenes reinterpretan símbolos culturales locales en entornos digitales, combinando elementos globales con expresiones propias. En este sentido, los medios digitales funcionan como espacios donde la identidad local se resignifica sin perder su esencia.

En ese trabajo se han identificado limitaciones y oportunidad, ya que se evidenciaron brechas tecnológicas y educativas que dificultan el acceso equitativo a la información. No obstante, también se evidenciaron experiencias positivas, como medios comunitarios digitales y programas de formación ciudadana, que contribuyen al fortalecimiento de la participación digital.

Finalmente, en cuanto al objetivo de la importancia de los medios locales en el contexto mediático de Cotacachi se puede indicar que se ha cumplido este propósito por cuanto se ha evidenciado que la radio y televisión locales se encuentran integrando estrategias digitales para mantenerse vigentes dado la coyuntura mediática. Ante lo cual, la convergencia tecnológica ha permitido una interacción más directa con las audiencias y una comunicación más participativa.

RECOMENDACIONES

Desde lo comunicacional, se debe insistir en que se debe fortalecer la alfabetización mediática comunitaria, impulsando talleres y programas que enseñen a verificar información, comprender algoritmos y participar de forma activa en redes sociales.

A partir de ello, se plantea la necesidad de apoyar la digitalización de los medios tradicionales locales, en especial de la radio comunitaria, a través de capacitaciones y recursos técnicos que faciliten la convergencia digital. También apunta a promover la creación de contenido cultural indígena que integre el uso de la tradición kichwa y la historia de Cotacachi en narrativas digitales que atraigan a los jóvenes.

Para lograrlo se propone fortalecer alianzas entre medios de comunicación, instituciones y sociedad para desarrollar proyectos de comunicación participativa y educativa. Desde el ámbito académico, se recomienda incluir el análisis de los medios digitales y la cultura local en las carreras universitarias, especialmente en carreras como comunicación social, sociología y educación, con el fin de fortalecer una visión crítica del uso de la tecnología.

También es importante fomentar estudios comparativos entre diferentes cantones o regiones para analizar cómo los procesos de adaptación digital y participación cultural difieren según el contexto. Finalmente, se propone profundizar en las investigaciones que investigan el desarrollo de la alfabetización mediática y el impacto de la convergencia digital.

En la construcción de la identidad ecuatoriana. Desde la perspectiva personal del investigador, el desarrollo de este proceso investigativo dejó claro que la tecnología no debe ser vista como una amenaza, sino como una oportunidad para revivir las raíces de la cultura Cotacachi. La clave es utilizar los medios digitales con propósito, pensamiento crítico y responsabilidad social.

Con base en lo anterior, se recomienda mantener una actitud crítica hacia la información y promover una comunicación responsable que cuide la esencia de la cultura en diálogo con el exterior. También afirma la importancia de humanizar la comunicación digital, reconociendo que detrás de cada pantalla hay personas, historias y valores que deben ser respetados y visibilizados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Aladro Vico, E., & Jardón Clemente, M. (2022). Los memes como jerga del lenguaje digital. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.14352/112464>
- Anaya, E. V. (2024). Análisis cualitativo en la investigación. IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH, 15, 1-18. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5216/521676741031/521676741031.pdf>
- Ávalos, M., Culqui, A., y Erazo, M. (2020). Medios tradicionales vs. medios digitales: impacto de la sociedad digital en los hábitos de consumo de jóvenes universitarios. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166-182), 716-729. Recuperado de <https://gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/218>
- Barba del Horno, M. (2021). Prosumo, alienación y explotación. Reflexiones en torno al trabajo digital. *Lan Harremanak-Revista de Relaciones Laborales*, (45). Recuperado de https://ojs.ehu.eus/index.php/Lan_Harremanak/article/view/22812/20396
- Bayona Quezada, L. A., & Lopez Higuera, G. C. (2025). Percepción del personal de salud hacia las tecnologías y transformación digital: revisión narrativa. Recuperado de <https://hdl.handle.net/10656/22454>
- CEPAL. (s.f.). (2022) *Censos nacionales de población y vivienda de Ecuador*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de <https://geo.cepal.org/censo-ecuador/>
- Cháro, S., y Salaverría, R. (2023). *Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea*. Revista latina de comunicación social, (81), 1. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8509682>
- Duarte Sánchez, D. D., & Guerrero Barreto, R. (2024). *La encuesta como instrumento de recolección de datos, confiabilidad y validez en investigación científica*. Revista De Ciencias Empresariales, Tributarias, Comerciales Y Administrativas, 3(2), 94–107. Recuperado de <https://educaciontributaria.com.py/revista/index.php/rcetca/article/view/70>
- Fernando Gomes, M. (2022). Education and digital technologies from the epistemological base of paulo freire: Systematic literature review in SciELO database. *TECHNO REVIEW. International Technology, Science and Society Review /Revista Internacional De Tecnología, Ciencia Y Sociedad*, 11(4), 1–17. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.4429>
- Gómez, K., Mendoza, J., y Zambrano, K. (2021). Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio de La Posta y GK. *Revista San Gregorio*, 1(48), 113-122.

Recuperado de
http://scielo.senescyt.gov.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072021000500113

- Guzmán, N. P. R., Calva, M. D. P. C., Sánchez, J. D. C. P., & Bastidas, T. T. (2025). Semillas creativas en el aula expandida. Un ecosistema digital para cultivar narrativas transmedia en escolares del siglo XXI. *AlfaPublicaciones*, 7(3.1), 154-179. Recuperado de <https://doi.org/10.33262/ap.v7i3.1.650>
- Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista cubana de medicina general integral*, 37(3). Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252021000300002&script=sci_arttext
- Herrero, E., y La Rosa, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 30(73), 95-106. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=73&articulo=73-2022-08>
- Jenkins, H. Convergencia cultural: Donde convergen los medios tradicionales y los digitales. New York- London: NewYork University Press, 2006. Recuperado de https://www.academia.edu/21814040/Convergence_culture?auto=download
- Landy, M., Astudillo, A. (2023). La migración de los medios tradicionales hacia los medios digitales y sus estrategias, casos Unision tv y La Voz del Tomebamba. [Trabajo de titulación]. Universidad de Cuenca. Recuperado de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/23e981f3-1aff-48fe-932f-7a924d66b5c5>
- López, D., y del Alcázar, J. P. (2021). Transformación digital en Ecuador: la pandemia como acelerador del ecosistema. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 8395-8417. Recuperado de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/932>
- López, F. (2024) Acercamiento teórico y crítico del concepto de prosumidor para entender las audiencias de los medios digitales. Recuperado de <https://ridum.umanizales.edu.co/items/ff27d8e9-3367-47f5-a7eb-11fe519f1da1>
- Punín, M., Calva, K. (2014). Periodismo en la Audiencia de Quito: seis iluminados en la historia del periodismo de Ecuador. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2).
- Reyes, A. (2024). El Periodismo Transmedia: Transformación de las narrativas y el consumo informativo en la era digital. *Revista Arbitrada Orinoco Pensamiento y Praxis*, 14(3), 9-14. Recuperado de <https://revistaorinocopyp.org.ve/index.php/home/article/view/34/45>

- Sánchez Carrión, G., & Punín Larrea, M. I. (2021). Cuatro visiones de la historia: El ideal de libertad en el periodismo femenino ecuatoriano. *Historia y comunicación social*, 26(1). Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/b534/9de6e86bd7a95e900b5e2bdde04c35db13b2.pdf>
- Sádaba, C., & Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista latina de comunicación social*, (81), 1. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8509682>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto. Scolari-Narrativas transmedia-Cap1.
- Sheposh, R. (2025). Medios antiguos (medios tradicionales). EBSCO. Recuperado de <https://www.ebsco.com/research-starters/information-technology/old-media-traditional-media>
- Soler Vayà, F., & San-Martín González, E. (2023). *Impacto de la metodología Leader en el turismo rural. Una propuesta de análisis cuantitativo*.
- Solórzano Zambrano, Andrés Alejandro, Vélez Álava, Nancy, & Zambrano Santos, Zita Lucia del Rosario. (2024). *Los medios comunicativos tradicionales y la convergencia digital*. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 28(123), 72-81. Epub 01 de octubre de 2024. <https://doi.org/10.47460/uct.v28i123.806>
- UNICEF(Ed.) (2021). El impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades. Recuperado de <https://bit.ly/3zafZ4D>
- Vásquez, A. V., Guanuchi, L., Cahuana, T., Vera, R., y Holgado, J. (2023). *Métodos de investigación científica*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. Recuperado de <https://unglueit-files.s3.amazonaws.com/ebf/b1d763e3953440199ad2b90c990cf3fa.pdf>

ANEXOS

Anexo 1.

Instrumento de recolección de datos: Encuesta estructurada (impreso)

Estudio sobre consumo mediático en Cotacachi.		
	SI	NO
<p>Consentimiento informado. Los datos serán usados únicamente con fines de investigación académica. ¿Acepta participar?</p>		
<p>1. ¿Con qué frecuencia accede a los siguientes medios?</p>		
<p>Medios digitales locales: <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Diariamente Redes sociales: <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Diariamente Televisión: <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Diariamente Radio local: <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Diariamente Prensa impresa: <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Diariamente</p>		
<p>2. Tiempo promedio diario consumiendo información: <input type="checkbox"/> <30 min <input type="checkbox"/> 30–60 min <input type="checkbox"/> 1–2 h <input type="checkbox"/> >2 h</p>		
<p>3. ¿Cuál es su fuente principal de información? (marcar una) <input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Prensa escrita <input type="checkbox"/> Web/portales locales</p>		
<p>4. ¿Con qué frecuencia comparte contenido creado por otros en redes? <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Rara vez <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/> Frecuente <input type="checkbox"/> Muy frecuente</p>		
<p>5. ¿Considera que los jóvenes en Cotacachi adoptan modismos y formatos de otras regiones (México, Colombia, EE. UU.)? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No sé</p>		

<p>6. ¿Siente que su identidad local se ha visto afectada por los contenidos de internet? <input type="checkbox"/> Sí, se ha reforzado <input type="checkbox"/> Sí, se ha debilitado <input type="checkbox"/> No ha cambiado <input type="checkbox"/> No sé</p>
<p>7. ¿Cree que los medios digitales pueden ayudar a promover la cultura local de Cotacachi? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Tal vez</p>
<p>8. En su opinión, ¿qué se debería hacer para proteger y promover la cultura local frente a la influencia digital? <hr/> <hr/> <hr/></p>

Anexo 2.

Link de encuesta de Google Forms:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSemr8XcpFqoz9OceEB5_AYsIIAvgF16XNW_PBufJQodvwwbiig/viewform?usp=header

Anexo 3.

Batería de preguntas de entrevista semiestructurada:

<p>1. ¿Podría contarme cómo se informa usted normalmente? ¿Qué medios utiliza y por qué? <hr/> <hr/></p>
<p>2. ¿Cuál cree usted que es la principal diferencia entre recibir información por televisión/radio y por redes sociales? <hr/> <hr/></p>
<p>3. ¿Conoce iniciativas locales (radio comunitaria, páginas, colectivos) que promuevan la infoinclusión? ¿Cómo funcionan?</p>

<hr/> <hr/> <hr/>
<p>4. ¿Cree que los jóvenes reinterpretan las tradiciones locales en redes sociales? ¿Cómo lo hacen (formatos, <i>hashtags</i>, <i>challenges</i>)?</p> <hr/> <hr/>
<p>5. ¿Siente que los medios digitales fortalecen o debilitan la identidad cultural de Cotacachi? Explique con ejemplos.</p> <hr/> <hr/>
<p>6. ¿Qué oportunidades ve en los medios digitales para promover la cultura local? ¿Qué riesgos identifica?</p> <hr/> <hr/>