



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA COMUNICACIÓN

LA HIPERTEXTUALIDAD Y EL CONSUMO INFORMATIVO

EN LAS AUDIENCIAS DE LA CASA DE LA CULTURA

BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE SANTA ELENA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

AUTORES:

MATIAS PANIMBOZA CHRISTOPHER ALEXANDER

PAUCAR ILLESCAS EDISON JOEL

TUTORA:

LIC. PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO, PhD

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

LA HIPERTEXTUALIDAD Y EL CONSUMO INFORMATIVO
EN LAS AUDIENCIAS DE LA CASA DE LA CULTURA
BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE SANTA ELENA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

AUTORES:

MATIAS PANIMBOZA CHRISTOPHER ALEXANDER

PAUCAR ILLESCAS EDISON JOEL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS.....	5
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	6
DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTOS	9
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	11
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	11
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	12
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	17
1.2. Formulación del problema de investigación.....	19
1.2.1. Preguntas de investigación.	19
1.3. Objetivos.	19
1.3.1. Objetivo general.....	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	19
1.4. Justificación de la investigación.	20
1.5. Hipótesis.....	21
1.6. Variables.....	21
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	22
2.1. Conocimiento actual.	22
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.	26
2.3. Marco Legal.....	30
3. MARCO METODOLÓGICO	32
3.1. Enfoque de investigación.....	32
3.2. Tipo de investigación.	32
3.3. Diseño de investigación.	33
3.4. Alcance de la investigación.	33
3.5. Población, muestra y periodo de estudio.	33
3.6. Fuentes de datos.....	34
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.	34
3.8. Operacionalización de las variables	37
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	39
5. DISCUSIÓN	52
6. CONCLUSIONES.....	54
7. RECOMENDACIONES.	55
REFERENCIAS.....	56
ANEXOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Accesibilidad.....	39
Tabla 2. Interactividad	40
Tabla 3. Variedad de contenidos.....	41
Tabla 4. Adaptabilidad.....	42
Tabla 5. Navegabilidad	43
Tabla 6. Participación	44
Tabla 7. Impacto	45
Tabla 8. Cuadro de entrevista	46
Tabla 9. Ficha de observación.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Accesibilidad	39
Figura 2. Interactividad	40
Figura 3. Variedad de contenidos	41
Figura 4. Adaptabilidad	42
Figura 5. Navegabilidad.....	43
Figura 6. Participación.....	44
Figura 7. Impacto.....	45

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **Matias Panimboza Christopher Alexander** con C.I. **0928010792** y **Paucar Illescas Edison Joel** con C.I. **0924688971**, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaramos que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **LA HIPERTEXTUALIDAD Y EL CONSUMO INFORMATIVO EN LAS AUDIENCIAS DE LA CASA DE LA CULTURA BENJAMÍN CARRIÓN NÚCLEO DE SANTA ELENA**, corresponde exclusiva responsabilidad de los autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 28 de junio, 2024.

Atentamente,



Christopher Alexander Matias Panimboza
C.I. 0928010792



Edison Joel Paucar Illescas
C.I. 0924688971

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi querida madre, Gloria Melissa Panimboza Espinoza, tú que eres la razón principal para seguir adelante, tú la que me has apoyado en todo este proceso de formación, enseñándome los principios y valores desde que nací. Tus esfuerzos que has hecho por mí me dieron esa motivación para poder llegar hacer la persona que hoy en día soy. En este trabajo está la recompensa de todo lo que me has enseñado, gracias por guiarme y estar ahí cuando siempre te necesito.

También a ti papá, Sergio Cristóbal Matias Gonzales, quien es mi ejemplo para seguir siendo ese pilar fundamental en vida, que a pesar de las dificultades que has tenido, me enseñaste a nunca rendirme, a corregirme cuando hacia las cosas mal, a darme consejos que fueron fundamental para mí, a luchar por mis sueños. Tú que me hiciste tener esa visión de superar cualquier obstáculo que se presente, que por más difícil que parezca la situación debo salir adelante.

A ti hermana, Melina Victoria Matias Panimboza, que cuando supe que venias en camino me hiciste la persona más feliz, desde ese día me propuse a dar todo por ti, gracias por brindarme estabilidad emocional cuando más lo necesitaba, por ti me esforcé para que veas en mi ese reflejo y motivación, estaré apoyándote en todo lo que te propongas. A mi familia y amigos que estuvieron ahí apoyándome en mis estudios.

Cierro con estas palabras a ti que no estas presente, Sergio Simón Matias Balón, pero sé que desde el cielo me estás observando, gracias por tus enseñanzas abuelo. Te dedico esta tesis, por todo lo que hiciste por tu familia, tu legado estará vivo en nuestros corazones.

Matias Panimboza Christopher Alexander.

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico principalmente a mis padres, Rosario Isabel Illescas Gonzabay y Sergio Edison Paucar Sánchez, por su amor incondicional, apoyo y paciencia. Reconozco cada sacrificio que han hecho, por la constante motivación que me han brindado, por cada consejo que me dieron para no rendirme y poder seguir adelante con la bendición de Dios. A mis hermanos, Alex Paucar y Sergio Paucar, quienes han sido pieza fundamental en esta trayectoria, por el apoyo y motivación para seguir adelante a pesar de los tropiezos que la vida nos ha puesto en el camino.

A mis amigos, por su amistad sincera y por ser ese apoyo fundamental durante este arduo camino. Sus palabras de aliento y su capacidad para compartir risas en los momentos más desafiantes han sido invaluable.

Finalmente, dedico este trabajo a mí mismo, por el esfuerzo y la dedicación que eh puesto en cada paso de este proyecto. Este logro es un reflejo de mi compromiso al ver que mis padres estén orgullosos de mí y poder haber alcanzado una meta más en mi vida

Paucar Illescas Edison Joel

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero darle las gracias a Dios por brindarme salud, sabiduría y vida para seguir adelante con mis estudios. Expresar mi agradecimiento a cada una de las personas que me apoyaron en la realización de esta tesis.

Agradecer a mi pequeña familia, sus palabras constantes de motivación fueron indispensable para tener ese valor y entrega en este proceso, que, a pesar de afrontar situaciones adversas, supimos darnos ese apoyo y juntos salir adelante.

Darle las gracias al director de la Casa de la Cultura el Tnlgo. Félix Javier Lavayen Orrala, quien me abrió las puertas de la institución, por permitirme realizar mis practicas preprofesionales y por realizar mi proyecto de investigación.

A mi compañero Edison Joel Paucar Illescas por permitirme trabajar con él en la realización de este proyecto, quiero agradecerle no solo la confianza que depositó en mí, sino también la oportunidad de crecer profesional y personalmente a través de esta colaboración.

A la Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD, agradecerle por su apoyo durante la realización de mi tesis. Su experiencia como tutora fue una parte fundamental, sus enseñanzas impartidas en cada reunión fue importante para la culminación de mi proyecto, estoy totalmente agradecido por su dedicación, su tiempo y por tener la dicha de haber compartido sus conocimientos hacia nosotros.

También expreso mi más profundo agradecimiento a cada uno de los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en la Carrera de Comunicación, por las enseñanzas impartidas durante todo este ciclo educativo.

Finalmente, quiero agradecer a Meylin Yagual y Ginger Del Pezo, por la entrega en cada uno de los trabajos y por ser esa parte esencial en mi vida, por brindarme ese apoyo en momentos difíciles, por las risas y momentos que pasamos juntos, por enseñarme a crecer profesionalmente, les quedo eternamente agradecido por su honesta y sincera amistad.

Matias Panimboza Christopher Alexander.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero dar las gracias a Dios por darme la vida, salud, inteligencia y sabiduría, para poder seguir adelante en mi vida, Así mismo, agradecer a toda aquella persona que me brindo un consejo y apoyo para realizar este proyecto de investigación.

A mi familia, quiero expresar mi más profundo agradecimiento. A mis padres, Sergio Paucar y Rosario Illescas, por su amor, comprensión y sacrificios. Su fe en mí y su apoyo inquebrantable han sido el pilar sobre el cual he construido mi carrera académica. A mis hermanos, Alex Paucar y Sergio Paucar, por su constante aliento y por creer siempre en mis capacidades.

Expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutora de tesis, la Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD, por su guía inestimable, paciencia y apoyo constante a lo largo de este proyecto. Su experiencia y conocimientos han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo, y su compromiso con la formación académica y profesional ha sido una fuente de inspiración.

Quisiera expresar mi agradecimiento al Tnlgo. Félix Javier Lavayen Orrala, director de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena (CCENSE), por brindarme la oportunidad de realizar mis prácticas preprofesionales y a su vez por permitirme colaborar en el proyecto de investigación junto a la institución, lo cual ha sido una experiencia muy enriquecedora.

Mi gratitud se extiende a mis amigas Meylin Yagual y Ginger Del Pezo, quienes me han brindado apoyo emocional y motivación en los momentos más difíciles. En especial, quiero reconocer a Christopher Matias por darme la oportunidad de realizar este proyecto junto a él, por depositar su confianza y conocimientos que nos han permitido crecer tanto profesional como personal.

Finalmente, deseo agradecer a la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) por proporcionarme los recursos y el ambiente necesario para llevar a cabo esta investigación y por brindarme amistades que se han vuelto familia.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Paucar Illescas Edison Joel



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 06 de junio del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, Ph. D
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que los estudiantes **Matias Panimboza Christopher Alexander** con cédula de identidad No **0928010792** y **Paucar Illescas Edison Joel** con cédula de identidad No **0924688971**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/la autora(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

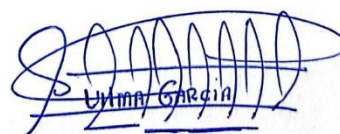
Atentamente,

Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo PhD.
DOCENTE TUTOR(A)

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lic. Lilian Susana Molina Benavides,
PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Vilma Maribel García González, Msc
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo PhD.
**DOCENTE TUTORA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Matias Panimboza Christopher
Alexander.
ESTUDIANTE



Paucar Illescas Edison Joel.
ESTUDIANTE

La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.

Matias Panimboza Christopher Alexander
Código Orcid 0009-0002-7692-6072
Paucar Illescas Edison Joel
Código Orcid 0009-0003-5571-086X
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

RESUMEN

En la era digital, la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena se enfrenta al desafío de adaptarse a las demandas de un público cada vez más conectado y globalizado. En este contexto, la hipertextualidad y el consumo informativo se destacan como elementos clave para mejorar la experiencia de las audiencias en las plataformas digitales. Este estudio se centra en analizar estos aspectos con el objetivo de fortalecer el contenido ofrecido por la institución. A través de una metodología mixta cuantitativa y cualitativa, se evaluó la hipertextualidad en la plataforma digital, se identificó el consumo informativo de las audiencias y se establecieron estrategias comunicacionales para mejorar ambos aspectos. La investigación se realizó en línea con las normativas institucionales. Se utilizó una muestra de 369 usuarios seleccionados de una población de 9300 seguidores de la página de la Casa de la Cultura. Los resultados obtenidos se analizaron y discutieron para extraer conclusiones y recomendaciones que puedan orientar el fortalecimiento de la interacción cultural en la institución. Este informe invita a indagar cómo la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena puede adaptarse y responder de manera efectiva a las necesidades de su audiencia en la era digital.

Palabras Clave: Hipertextualidad, Consumo informativo, Plataformas digitales, Audiencias culturales, Estrategias comunicacionales.

Hypertextuality and information consumption in the audiences of the Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.

Matias Panimboza Christopher Alexander
Código Orcid 0009-0002-7692-6072
Paucar Illescas Edison Joel
Código Orcid 0009-0003-5571-086X
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

ABSTRACT

In the digital era, the Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena faces the challenge of adapting to the demands of an increasingly connected and globalized public. In this context, hypertextuality and information consumption stand out as key elements to improve the experience of audiences on digital platforms. This study focuses on analyzing these aspects with the aim of strengthening the content offered by the institution. Through a mixed quantitative and qualitative methodology, hypertextuality in the digital platform was evaluated, the informative consumption of audiences was identified, and communication strategies were established to improve both aspects. The research was conducted in line with institutional regulations. A sample of 369 users selected from a population of 9300 followers of the Casa de la Cultura page was used. The results obtained were analyzed and discussed in order to draw conclusions and recommendations that can guide the strengthening of cultural interaction in the institution. This report invites to investigate how the Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena can adapt and respond effectively to the needs of its audience in the digital era.

Keywords: Hypertextuality, information consumption, digital platforms, cultural audiences, communication strategies.

INTRODUCCIÓN

En la era digital, la búsqueda y consumo de información han experimentado una transformación radical en la sociedad contemporánea. Este cambio ha impactado significativamente a instituciones culturales como la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena, que buscan adaptarse a las demandas de un público cada vez más globalizado y conectado digitalmente.

En este contexto, la hipertextualidad se ha vuelto una herramienta indispensable para mejorar la experiencia de las audiencias en las plataformas digitales. Al mismo tiempo, el consumo informativo contribuye a que las personas adquieran un mayor conocimiento y puedan interactuar con los contenidos culturales y educativos ofrecidos por la institución.

El objetivo general de este estudio es analizar la hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena, con el propósito de fortalecer su contenido. Para alcanzar este objetivo, se plantearon tres objetivos específicos que consistieron en evaluar la hipertextualidad en la plataforma digital de la institución, identificar el consumo informativo de sus audiencias, y establecer estrategias comunicacionales para mejorar tanto la hipertextualidad como el consumo informativo.

Esta investigación se enmarca en la línea de investigación de medios de comunicación y, específicamente, dentro de la sublínea de medios impresos y utilización de las TIC en el desarrollo social, de la carrera de Comunicación. Además, se ajusta a las normativas institucionales de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La metodología empleada en este estudio se basa en un enfoque mixto cuantitativo y cualitativo. Se ha optado por un diseño metodológico no experimental para analizar la relación entre la hipertextualidad y el consumo informativo, observando los fenómenos en su contexto natural.

La población estudiada está compuesta por 9300 seguidores de la página de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena, de los cuales se seleccionó una muestra de 369 usuarios mediante un muestreo no probabilístico. Se llevaron a cabo encuestas, entrevistas y observaciones para recopilar datos tanto cuantitativos como cualitativos.

Finalmente, los resultados obtenidos se analizaron y discutieron con base en la retroalimentación de la audiencia y los funcionarios de la institución, con el objetivo de responder a las preguntas de investigación y validar las hipótesis planteadas. Este estudio

se estructura en cuatro capítulos principales, precedidos por esta introducción que aborda el tema central de la investigación.

La investigación se estructura en cuatro capítulos fundamentales, los cuales abordan de manera detallada cada etapa del estudio:

Capítulo I, Se centra en la elaboración del proyecto, explicando en detalle cuál es el problema para investigar. Se detalla la pregunta de investigación que se pretende responder, se establecen los objetivos a alcanzar y se argumenta la justificación del estudio.

Capítulo II, Se enfoca en el desarrollo del marco teórico, que implica la recopilación de antecedentes a nivel internacional, nacional y local, basados en investigaciones previas. Además, se elabora un marco conceptual fundamentado en las ideas de expertos en la materia, incluyendo teóricos y especialistas en el campo.

Capítulo III, Se encuentra la metodología implementada como herramienta de investigación. Para ello, fue necesario plantear un enfoque, diseño, métodos, técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

Capítulo IV, En este capítulo se encuentra el procesamiento y análisis de los datos recopilados, lo que conduce a la obtención de resultados y su posterior discusión. Este procedimiento permitió extraer conclusiones y recomendaciones, con el fin de demostrar la validez y utilidad del estudio realizado.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

Durante las últimas décadas, el avance de las tecnologías ha experimentado una evolución en la era digital, generando un impacto significativo en la forma en que las audiencias acceden y consumen información. La hipertextualidad, entendida como la posibilidad de crear contenidos fragmentados de manera no lineal, permite al usuario proponer y agregar enlaces ampliando la red de información y su estructura hipertextual, afectando tanto la producción como la recepción de contenido informativo.

La Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena, de ahora en adelante (CCENSE), es una institución cultural de gran relevancia en la promoción y difusión de eventos culturales, tales como música, danza, literatura y artes visuales. Sin embargo, la llegada de nuevas herramientas digitales ha planteado un desafío significativo de quienes comparten información a las audiencias, por lo que actualmente tiende a interactuar más a través de plataformas digitales, esto ha resultado en una baja asistencia a los eventos, tanto presenciales como digitales, organizados por la institución, ya que la falta de interés de la comunidad se debe, en parte, a la desconexión entre los contenidos ofrecidos y las necesidades e intereses de los usuarios.

En este sentido, diversos estudios han explorado el impacto de la hipertextualidad en el consumo informativo en diferentes contextos. Por ejemplo, Herrera Y Malpica (2019, p. 9) resaltó en su investigación “El lenguaje hipertextual como herramienta de comunicación y de aprendizaje”, la importancia de la hipertextualidad en los dispositivos tecnológicos, permitiendo la navegación instantánea entre fragmentos y la inclusión de ideas de los usuarios, lo que genera nuevas construcciones de lenguaje y de conocimiento en el aprendizaje de las personas.

Hay que destacar que se ha observado un cambio en los hábitos de consumo informativo de las generaciones más jóvenes, impulsado en gran medida por el acceso generalizado a Internet y el auge de las redes sociales. Castellanos et. al., (2023, p.1) investigó los hábitos de consumo de noticias de diferentes generaciones, señalando un creciente interés en las redes sociales como fuente de información, especialmente entre los jóvenes.

En relación con la idea anterior Burgos (2019) menciona que

La evolución de los medios tradicionales a ciber medios (medios digitales) ha estado influenciada por el uso creciente de Internet y el surgimiento de nuevas formas de

comunicación. La interactividad, hipertextualidad y multimedialidad que ofrecen las plataformas digitales han permitido una forma de periodismo más dinámica y atractiva, que ha sido adoptada tanto por los medios de comunicación tradicionales como por los nuevos medios nativos digitales. (p. 1)

Por lo tanto, se ha observado una profunda transformación en el consumo informativo de los jóvenes en las últimas décadas, principalmente debido a la digitalización y el acceso generalizado a Internet. Yuste (2020) como se citó en Muñoz (2020) señala que:

Uno de los fenómenos que ha sido evidente en los últimos años y que ilustra cómo los modelos de consumo de información de los jóvenes han experimentado cambios es el declive en la lectura de medios. La disminución de lectores, especialmente entre los jóvenes, en las publicaciones tradicionales también se ha observado en otros grupos demográficos, aunque en menor medida. Esta tendencia ha sido confirmada por varios estudios sobre el tema y se atribuye al desplazamiento de esta audiencia hacia otros medios, como la televisión, pero principalmente hacia Internet, donde encuentran contenido más relevante y acorde a sus intereses. (p. 4)

Sin embargo, en la provincia de Santa Elena, se ha prestado poca atención al estudio específico de la hipertextualidad y el consumo informativo de los contenidos emitidos de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena. A pesar de ser una fuente importante de cultura, aún no se ha explorado cómo la hipertextualidad influye en las preferencias de consumo informativo de su audiencia.

Esta investigación busca abordar esta falta de recursos importantes en la literatura investigativa y comprender mejor cómo la hipertextualidad influye en el consumo informativo de la audiencia, ya que esta institución cuenta solo con la página de Facebook y no existen otras plataformas que contribuyan a una comprensión más profunda de los procesos de comunicación en el ámbito cultural, educativo y ofrecer ideas para mejorar la oferta informativa de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.

1.2. Formulación del problema de investigación.

¿Cómo influye la hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena?

1.2.1. Preguntas de investigación.

- ¿Cómo se evalúa la hipertextualidad en la plataforma digital de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena?
- ¿Cómo es el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena?
- ¿Cuáles serían las estrategias comunicacionales para la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena, para el fortalecimiento en el contenido; a través de encuestas y entrevistas.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Evaluar la hipertextualidad en la plataforma digital de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.
- Identificar el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.
- Indicar estrategias comunicacionales para la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.

1.4. Justificación de la investigación.

Con esta investigación se trata de identificar en como radica la necesidad de comprender cómo las audiencias locales interactúan con la información ofrecida por esta institución cultural y cómo esta interacción puede mejorarse para el usuario. Este estudio aborda una brecha en la literatura investigativa al centrarse en un tema emergente y relevante en la era digital: cómo la hipertextualidad influye en el consumo de información cultural y educativa.

El estudio contribuye significativamente al campo de la comunicación cultural y educativa al proporcionar nuevos conocimientos sobre cómo la hipertextualidad expande el consumo informativo en un contexto específico influyendo tanto en la forma en que se accede a la información como en la profundidad y calidad de la comprensión. Además, ofrece ideas prácticas para mejorar la oferta informativa de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión, lo que podría servir de referencia para otras instituciones culturales que enfrentan desafíos similares.

Este trabajo puede proporcionar recomendaciones inmediatas para mejorar la experiencia del usuario en la plataforma digital de la Casa de la Cultura. También podría contribuir a fortalecer la presencia y relevancia de la institución en línea, aumentando su impacto cultural y educativo en la comunidad local. Por último, podría sentar las bases para futuras investigaciones sobre la interacción entre la hipertextualidad y el consumo de información en otros contextos culturales y educativos.

La novedad que aporta el estudio radica en su enfoque específico en la Casa de la Cultura Benjamín Carrión y su audiencia local, así como en la aplicación de conceptos de hipertextualidad en este contexto particular. El conocimiento generado es importante porque ayuda a comprender mejor cómo las instituciones culturales pueden adaptarse y mejorar su oferta informativa en la era digital.

Es necesario realizar acciones específicas basadas en los hallazgos de la investigación para implementar mejoras concretas en la oferta informativa de la Casa de la Cultura. Esto podría incluir la optimización de la plataforma digital, la creación de contenido más interactivo y la promoción de la participación de la audiencia en línea.

El estudio beneficiaría a la Casa de la Cultura Benjamín Carrión al mejorar su oferta informativa y su conexión con la audiencia local. Además, la comunidad en general tendría acceso a una experiencia cultural y educativa en línea más enriquecedora y accesible. Los

investigadores y profesionales de la comunicación cultural y educativa también podrían aprovechar los conocimientos y recomendaciones del estudio para aplicarlos en sus propios contextos.

1.5. Hipótesis.

La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena se ven influenciados por la accesibilidad a diferentes fuentes de información y la capacidad de las personas para procesar y asimilar la información de forma efectiva, lo que puede impactar en la forma en que las audiencias de las generaciones X y Z, interactúan con los contenidos culturales y educativos ofrecidos por la institución.

1.6. Variables.

Variable independiente: Hipertextualidad

Rueda (2007, como se citó en Herrera y Malpica,2019. p.4) mencionó que la hipertextualidad surge de las múltiples conexiones entre los diversos nodos de información, cuya expansión continúa no solo busca adquirir información, sino también fomentar la participación de los usuarios al permitirles agregar sus ideas. Proponer una estrategia para integrar documentos en nuevos documentos de manera gradual, manteniendo la identidad de las partes según su origen.

Variable dependiente: Consumo informativo

Rodríguez (2015), Mencionó que el consumo informativo y de interacción facilitan que los contenidos poco relevantes sean consumidos e incluso compartidos sin un filtrado adecuado. Por lo tanto, surge una necesidad urgente de abordar la sobrecarga informativa mediante la práctica de dietas digitales que se centran en la cantidad de información consumida, la capacidad analítica y crítica frente a los mensajes recibidos, la eliminación de comportamientos multitarea que llevan a la distracción involuntaria y el reentrenamiento en cuanto a las interacciones en las redes sociales.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

2.1.1. Hipertextualidad

2.1.1.1. Evolución del hipertexto

Se establecerá como punto de partida que la hipertextualidad se define como un texto de estructura no secuencial, en el cual las relaciones intertextuales se establecen a través de hipervínculos e interfaces digitales. Montmany y Pujolá (2010) introducen que:

La hipertextualidad encuentra sus raíces en las páginas web convencionales. A través de los hipervínculos, se posibilita la conexión de información de forma no lineal, otorgando al lector la libertad de elegir su propio recorrido y la relación que establece con el texto. (p. 7)

2.1.1.2. Definición

Para Arias y García (2016) ofrecen una definición abstracta pero descriptiva que incluía comparaciones con los elementos conocidos hasta ese momento. A pesar del tiempo transcurrido y de su enfoque utópico, las bases establecidas en aquel entonces han perdurado, y medio siglo después, apenas requieren correcciones significativas.

Permítanme introducir la palabra "hipertexto" en el sentido de un conjunto de material escrito o pictórico interconectado de una manera tan compleja que no podría presentarse o representarse convenientemente en papel. Puede contener resúmenes o mapas de su contenido y sus interrelaciones; puede contener anotaciones, adiciones y notas a pie de página de los estudiosos que lo han examinado. Permítanme sugerir que tal objeto y sistema, adecuadamente diseñados y administrados, podrían tener un gran potencial para la educación, aumentando la gama de opciones del estudiante, su sentido de libertad, su motivación y su capacidad intelectual. Un sistema así podría crecer indefinidamente, incluyendo gradualmente una mayor parte del conocimiento escrito del mundo. (Nelson, 1965, p. 96)

En un entorno cultural y educativo, como el de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena (CCENSE), la implementación eficaz de la hipertextualidad puede enriquecer significativamente la experiencia del usuario. Al permitir a las audiencias explorar contenido de manera personalizada y dinámica, se potencia su compromiso y se facilita una interacción más profunda y significativa con los materiales culturales y educativos disponibles. Por lo tanto, es fundamental considerar cómo los hipervínculos y las estructuras no lineales pueden ser

estratégicamente integrados en las plataformas digitales de CCENSE para maximizar su impacto y accesibilidad.

2.1.1.3. Características

De acuerdo con el portal educativo (Eduteka, 2003), el hipertexto presenta una variedad de características, entre las cuales se destacan las siguientes:

El hipertexto posibilita una lectura no lineal, en contraste con el enfoque tradicional lineal, al permitir al lector navegar entre los diversos enlaces o nodos dentro del texto.

2.1.1.4. Elementos

Según Tascón (2012, p. 241) el hipertexto está compuesto por tres elementos: Los nodos constituyen los componentes que albergan la información, mientras que los enlaces establecen las conexiones entre dichos nodos, vinculando uno con otro. Por otro lado, los anclajes, presentes dentro de cada nodo, sirven para conectarlos con otros nodos dentro del hipertexto.

2.1.1.5. Teorías

2.1.1.5.1. Teoría de difusión de la innovación.

Para Rogers (1972) define la teoría de la difusión de la innovación como:

“El proceso por el cual una innovación se comunica a través de ciertos canales a lo largo del tiempo entre los miembros de un sistema social”. La difusión se refiere a una forma de comunicación donde las personas crean y comparten información entre sí con el objetivo de lograr un entendimiento común.

Esta teoría respalda a la investigación, ya que este modelo permite explicar el proceso que se lleva para comunicar una nueva noticia en una sociedad determinada, lo cual pretende explicar el ¿Cómo? ¿Por qué? ¿a qué? velocidad se mueven las masas a través de ideas y diversas culturas para comprender cómo se adoptan nuevas ideas en una sociedad y cómo los individuos y organizaciones pueden influir en este proceso.

2.1.1.5.2. Teoría del hipertexto

El hipertexto consiste en un texto que incluye enlaces hacia otros textos. Según Landow (2005 como se citó en Aterenzani 2020, p,2). El impacto fundamental de la llegada de los hipertextos a la cultura es revelar que gran parte de lo que asumimos como natural en los textos tradicionales está realmente determinado por convenciones socio-culturales.

Con base a esta teoría, se ha tenido un impacto significativo en la forma en que se entiende y utilizan la información en la era digital. Al centrarse en la estructura no lineal y la navegación interactiva, esta teoría ha influido en el diseño de sistemas de información y en la forma en que los usuarios interactúan con la información en línea.

De acuerdo con las dos teorías planteadas, se destaca que la teoría del hipertexto se enfoca principalmente en la variable de la hipertextualidad. Esta teoría se centra en la estructura no lineal y la navegación interactiva de los textos, lo que implica la inclusión de enlaces hacia otros textos dentro de un documento o plataforma digital. La hipertextualidad, por lo tanto, se refiere a la presencia de estos enlaces que permiten a los usuarios navegar de manera no lineal entre diferentes partes de la información.

La teoría del hipertexto subraya cómo esta estructura no secuencial transforma la manera en que se presenta y se consume la información. A diferencia de los textos tradicionales, donde la lectura sigue un camino lineal predefinido por el autor, la hipertextualidad ofrece al lector la libertad de elegir su propio recorrido a través del contenido. Esto no solo aumenta la interactividad, sino que también enriquece la experiencia del usuario al permitirle acceder a información adicional y relacionada con solo un clic.

En el contexto de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena (CCENSE), la implementación de la teoría del hipertexto puede ser particularmente beneficiosa. Al integrar hipervínculos y estructuras no lineales en su plataforma digital, CCENSE puede ofrecer a sus audiencias una forma más dinámica y atractiva de interactuar con los contenidos culturales y educativos. Los usuarios pueden profundizar en temas de su interés, explorar conexiones entre diferentes áreas culturales y educativas, y personalizar su experiencia de navegación de acuerdo con sus preferencias y necesidades.

Por tanto, la teoría del hipertexto no solo es relevante para entender la variable de la hipertextualidad, sino que también proporciona un marco conceptual útil para diseñar estrategias que mejoren la accesibilidad y el impacto de los contenidos ofrecidos por instituciones culturales como CCENSE. Al fomentar una navegación interactiva y no lineal, se promueve un mayor compromiso y una interacción más significativa con los usuarios, lo que puede traducirse en una mayor participación y en una experiencia cultural más enriquecedora.

2.1.2. Consumo Informativo

2.1.2.1. Evolución del consumo informativo

Para Carrillo (2015) menciona que:

La transición hacia los "prosumers" ha situado a las personas en el foco principal dentro del entorno digital, donde el público abarca desde amigos y conocidos hasta desconocidos. Se convierten en protagonistas de un mundo donde sus identidades digitales exploran en

busca de información valiosa, que puedan aprovechar, transformar y compartir, generando así un mayor volumen de contenido creado por cada individuo.

2.1.2.2. Definición

Según Martínez (2003) menciona que:

El consumo informativo implica la búsqueda y recuperación de datos e información para satisfacer necesidades o intereses específicos. A través de este proceso, se obtienen detalles sobre las acciones y habilidades informativas del usuario, lo que proporciona una nueva perspectiva en términos de documentación y define al individuo desde este enfoque. (p. 2)

2.1.2.3. Características

Según Maceira (2023) menciona que:

Este perfil de consumidor destaca por su capacidad para acceder rápida y eficientemente a información en línea, comparar alternativas, buscar reseñas y opiniones, y llevar a cabo transacciones comerciales utilizando una variedad de canales digitales, que incluyen blogs, páginas web, aplicaciones móviles y plataformas de redes sociales.

2.1.2.4. Tipos

De acuerdo con el portal web (Esic, 2022) afirma que:

Existen varios tipos de consumidores de información, cada uno con sus propias características y comportamientos. Estos incluyen a los adictos a la actualidad y noticias, quienes están constantemente buscando información actualizada; los solicitantes, que buscan contenido específico de manera activa; los entusiastas, quienes participan activamente y comparten su pasión por ciertos temas; los consumidores de confianza, que valoran la credibilidad y la fiabilidad de la información; y los consumidores sociales, que disfrutan interactuando y compartiendo contenido con otros en línea.

2.1.2.5. Teoría

2.1.2.5.1. Teoría del uso y gratificación

Según Blumer et al., (1972) mencionan que:

"Existe una teoría que busca explicar por qué la población elige consumir ciertos productos audiovisuales, con el propósito de comprender mejor la comunicación de masas. Su enfoque se dirige hacia la pregunta fundamental de cómo las personas influyen en los medios de comunicación y viceversa. Un aspecto central en el estudio de esta teoría es la identificación de las motivaciones detrás del uso de los medios por parte de las personas y para qué los emplean específicamente. Se concentra en cómo los usuarios seleccionan conscientemente los medios que pueden satisfacer sus necesidades individuales, ya sea para relajarse, relacionarse con otros, divertirse o escapar de la realidad."

Esta teoría apunta a los diferentes puntos que se da en la investigación y las gratificaciones que esta percibe lo que conduce al consumo de un determinado público. Se comprende cómo la audiencia selecciona los medios y qué gratificaciones (beneficios) obtienen de su uso, ya que actualmente las personas buscan activamente contenidos en los diferentes medios para satisfacer sus necesidades, es decir que los usuarios tienden a estar englobado a la comunicación de masas.

2.1.2.5.2. Teoría de la información

Para Shannon y Weaver (1947) se reconoce como una de las fuentes fundamentales para los estudios en comunicación. Visualiza la comunicación como el acto de enviar mensajes, y es un ejemplo evidente de la perspectiva centrada en el proceso dentro de la disciplina.

De acuerdo con la teoría asume una visión objetiva y neutral de la comunicación, sin considerar el poder, la ideología o los intereses detrás de la producción y transmisión de información. Se centra en la transmisión de un mensaje desde un emisor a un receptor a través de un canal. Aunque este modelo fue revolucionario en su época y sentó las bases para el estudio moderno de la comunicación, ha sido criticado por ser demasiado lineal y simplista para representar la complejidad de la comunicación moderna.

Con base en las teorías planteadas, la teoría del uso y gratificaciones se centra en comprender por qué las personas eligen consumir ciertos medios de comunicación y qué gratificaciones buscan obtener a través de ese consumo. Esta teoría pone énfasis en las motivaciones individuales detrás del uso de los medios, explorando cómo las personas seleccionan conscientemente aquellos medios que satisfacen sus necesidades específicas, tales como información, entretenimiento, socialización, entre otras. Al enfocarse en las razones personales y las expectativas de los usuarios, la teoría del uso y gratificaciones ofrece una perspectiva valiosa para entender los patrones de consumo mediático y las preferencias del público, ayudando a las instituciones a adaptar su contenido para mejor satisfacer las demandas y deseos de su audiencia.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1. Accesibilidad.

Según Alonso (2007, como se citó en Deogracias y Amezaga, 2016. p. 16) indica que la accesibilidad se emplea para describir la capacidad de llegar a un destino deseado o lograr un objetivo específico, eliminando barreras físicas, cognitivas o sociales que puedan impedir a ciertos individuos acceder a lugares, servicios o información.

Para Navarro y Montes (2002, como se citó en Orero 2005, p. 21) manifiesta que, al extenderse más allá de su significado original, la noción de accesibilidad ha sido adoptada ampliamente en el lenguaje común para referirse a diversos aspectos de la realidad. Sin embargo, esta popularización ha llevado a que su significado se vuelva más ambiguo.

2.2.2. Interactividad.

Según Rost (2004, p. 4) la interactividad se empezó a utilizar en el campo de las ciencias de la comunicación en los años setenta, coincidiendo con la llegada de los primeros medios de comunicación, entretenimiento y servicios que se distinguían notablemente de los medios de comunicación masiva convencionales, conduciendo a una transformación en la manera en que las personas perciben e interactúan con la información.

De igual modo Medrano (2017, como se citó en Navarro 2020, p. 299) propone que, a través de la interactividad, la relación entre el ser humano y la máquina cambia de ser de una sola dirección a ser bidireccional. Además, Rafaeli (1988, p. 112) expone que el estudio de la interactividad forma parte de la evolución en la ontología y epistemología de las nuevas tecnologías de comunicación en general, y los ordenadores como medio en particular.

2.2.3. Variedad de contenidos.

Según García (2001, como se citó en Nevado, 2020. p. 9) menciona que:

La reducción en la variedad de contenidos estuvo marcada principalmente por el auge del infoshow, que se convirtió en el macrogénero predominante en la programación. Este género reemplazó a los grandes shows y concursos, que eran más costosos y difíciles de rentabilizar en un entorno televisivo altamente competitivo, con una amplia oferta de contenidos.

Para Hostil y Stone (1969, como se citó en Andréu, 2002. p. 5) defienden una definición que destaca varios aspectos importantes en comparación con la propuesta por Berelson. Según esta definición, el análisis de contenido es una técnica de investigación que consiste en formular inferencias al identificar de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto.

2.2.4. Adaptabilidad.

Por ello Arnau (2011) indica que:

La adaptabilidad se define como la habilidad de una persona para enfrentar eficazmente los cambios en un entorno laboral constantemente cambiante. Esta habilidad se manifiesta de manera proactiva al abordar las demandas del puesto de trabajo. Además, la adaptabilidad permite que el trabajador se sincronice mejor con las necesidades de la empresa y los requisitos de su puesto, lo que resulta en una mayor eficiencia y efectividad en su desempeño laboral. (p. 2)

Por el contrario, Savickas (2005, como se citó en Fraga, 2014, p. 51) definió que:

La adaptabilidad profesional como una capacidad psicosocial que indica la disposición y los recursos de una persona para enfrentar las tareas vocacionales presentes y futuras, así como las transiciones laborales y los desafíos personales. Esta capacidad implica los procesos de afrontamiento mediante los cuales las personas se integran en sus comunidades y desarrollan sus trayectorias profesionales.

2.2.5. Navegabilidad.

Para Cormen et al. (2001, como se citó en Rincón, 2023. p. 8) identifica reducir al mínimo el recorrido que un usuario realiza al interactuar con los elementos clave del sitio web, con el objetivo de mejorar la navegabilidad y la experiencia del usuario en el sitio.

En efecto De Viveros y Manuel (2011, como se citó en Sánchez 2012. pág. 31) menciona que:

Cuando un usuario interactúa con una página web, está navegando a través de los enlaces hipertextuales que conectan diferentes documentos. Esta característica fundamental de la web permite a los usuarios explorar contenidos relacionados y acceder a información específica de manera rápida y eficiente.

2.2.6. Participación.

Conforme a Bejarano (1987, p. 14) menciona que la participación ha destacado la dimensión política inherente a toda participación genuina, ya que implica un cambio en la comunidad que participa. Esta comunidad debe comprometerse de manera activa y desde el inicio en el desarrollo de la intervención.

Por otro lado, Lévy (2004, como se citó en Aparici y Osuna, 2013) indica que:

Se hace referencia al concepto de inteligencia colectiva, destacando que ninguna persona puede poseer todo el conocimiento, sino que cada individuo tiene algo de información. Al combinar el conocimiento de cada persona, se puede crear un intelecto común que se convierte en una poderosa alternativa en los nuevos escenarios de participación.

2.2.7. Impacto.

Según Rojas (2001, p. 11) presenta una definición de impacto en el contexto de la información, donde se menciona que el impacto surge del uso de un sistema de información y se refiere a los resultados obtenidos en la práctica y las transformaciones que pueden ocurrir como resultado de ese uso.

De la misma forma Menou (1993, como se citó en Libera, 2007) plantea que la evaluación del impacto de la información debe buscar establecer criterios concretos que permitan medir la importancia que la información puede tener para el desarrollo.

El marco teórico proporciona una base sólida para comprender el contexto y los conceptos fundamentales que sustentan esta investigación. Las teorías de la información, como la teoría de la difusión de la innovación, la teoría del hipertexto y la teoría de usos y gratificaciones, han sido fundamentales para analizar cómo se produce, se difunde y se percibe la información en la sociedad actual. Si bien cada una de estas teorías tiene sus propias limitaciones y críticas, en conjunto ofrecen una perspectiva integral de la comunicación en un entorno mediático cada vez más complejo y digital. Estos marcos teóricos no solo ayudan a comprender el pasado y el presente de la comunicación, sino que también proporcionan un punto de partida valioso para anticipar y analizar las tendencias futuras en el campo de la comunicación.

2.3. Marco Legal.

Este marco está compuesto por un conjunto de leyes, normativas y regulaciones que establecen los límites y las responsabilidades de los diferentes actores en el campo de la comunicación, apoyado por el marco legal que se detalla en la **Constitución de la Republica del Ecuador del 2008, Ley Orgánica de Comunicación (2013)** y en la **Ley Orgánica de Cultura (2016)**.

Constitución de la Republica del Ecuador del 2008

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

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

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Ley orgánica de comunicación

CAPITULO 2. Derechos a la comunicación

Sección II.- Derechos a la igualdad e interculturalidad

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. – Todas las personas tienen el derecho a acceder, capacitarse y usar las

tecnologías de la información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Ley Orgánica de Cultura

CAPITULO 8.- De la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión

Art. 152.- De su finalidad. La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión es el espacio de encuentro común, de convivencia y de ejercicio de los derechos culturales, en el que se expresa la diversidad cultural y artística, la memoria social y la interculturalidad.

La Sede Nacional de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión tendrá como finalidad planificar y articular la circulación de obras, bienes y servicios culturales y patrimoniales, así como procesos de activación de la memoria social en el territorio nacional e internacional. Tendrá a su cargo la coordinación, supervisión de la planificación, seguimiento, monitoreo y evaluación del trabajo de los núcleos provinciales.

Los núcleos provinciales de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión tendrán como finalidad la producción, circulación, y acceso a las obras, bienes y servicios artísticos, culturales y patrimoniales, así como procesos de activación de la memoria social

El marco legal que regula la Ley Orgánica de Comunicación y Ley Orgánica de Cultura es un pilar fundamental para garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información en una sociedad democrática.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación.

Se aplicó un enfoque mixto que integra tanto métodos cuantitativos como cualitativos, ya que permitió abordar de manera integral la complejidad del fenómeno estudiado.

A continuación, Hernández et al., (2010, como se citó en Ortega, 2015. p. 1) indica que la investigación mixta no busca reemplazar la investigación cuantitativa ni la investigación cualitativa, sino más bien aprovechar las fortalezas de ambos enfoques, combinándolos y procurando reducir al mínimo sus posibles limitaciones.

Con el enfoque mixto se optó la técnica de la entrevista para describir la opinión de la hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena por parte de los directivos de la institución, además se utilizó la encuesta para la percepción de los usuarios en cuanto a la manera en cómo perciben la información impartida por parte de la página digital de la Casa de la Cultura.

3.2. Tipo de investigación.

Este trabajo se desarrolló como una investigación pura, ya que su propósito fue analizar el problema planteado. En este contexto, el estudio se dedicó a observar cómo se manejaba la hipertextualidad tanto en usuarios digitales como en aquellos que interactuaban presencialmente en la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena (CCENSE). Asimismo, se examinó cómo esta interacción había sido impactada por la evolución de la era digital.

Para Baena (2014) la investigación pura implica el análisis de un problema con el único propósito de adquirir conocimiento. (p. 11). En otras palabras, mediante este tipo de investigación se pueden aplicar los principios fundamentales del conocimiento y establecer un punto de partida para la solución de alternativas sociales.

Con base en este tipo de investigación pura, fue esencial comprender los conocimientos teóricos, ya que se dirigió a someter a prueba las teorías existentes. Este enfoque desempeñó un papel crucial en la construcción y consolidación del conocimiento teórico, al proporcionar una base sólida y rigurosa para el avance científico.

3.3. Diseño de investigación.

Se utilizó un diseño metodológico no experimental dado que no se manipulan las variables planteadas. Es por eso que se centran en la observación de entornos naturales, sin intervenir en las condiciones existentes, además esta investigación aplicó el método fenomenológico que atribuye la experiencia de las personas, este diseño se ve implicado dentro de las entrevistas realizadas a los dirigentes de la institución, así mismo dentro de la ficha de observación se analizó como los usuarios buscan información que se imparte en la página de Facebook.

Para Mertens (2010, como se citó en Hernández et al., 2010. p. 9) señala que la investigación no experimental es adecuada para variables que no pueden o no deben ser manipuladas, o cuando resulta complicado llevar a cabo dicha manipulación. Así mismo, Muñoz y Erdmann (2013, como se citó en Guerrero et al., 2017. p. 3) mencionan que la investigación fenomenológica nos brinda la oportunidad de conceptualizar la realidad a través de las vivencias sensoriales, las cuales están intrínsecamente ligadas a nuestra conexión con el mundo que nos rodea y al cuidado que le dispensamos.

3.4. Alcance de la investigación.

El alcance se centró en conocer las audiencias de la CCENSE. Para lograr este objetivo, se llevó a cabo un estudio descriptivo, de manera que se analiza el comportamiento de los usuarios y como se adaptan a la nueva modalidad, con la finalidad de promover estas nuevas herramientas hipertextuales y generar un alcance relevante dentro de la institución. A través de esta investigación, se destacaron diversos puntos de vista mediante la aplicación de entrevista lo que permitió identificar la problemática que se encuentra dentro de la Casa Cultural.

3.5. Población, muestra y periodo de estudio.

Dado que la población de estudio se compone mediante los seguidores que tiene la página de Facebook de la Casa Cultural, se optó por emplear un muestro no probabilístico. En este sentido el objeto de estudio seleccionado fueron 9300 seguidores.

Para, Tamayo (2012) señala que la población se define como el conjunto completo de unidades que forman parte del fenómeno bajo estudio y que necesitan ser cuantificadas en una investigación particular. Este grupo, representado por la letra N, comparte una característica específica y se conoce como la población de interés en el contexto de la investigación, ya que engloba la totalidad del fenómeno en cuestión. (p. 180)

Por esta razón el muestreo no probabilístico es de 369 usuarios a quienes se realizó la encuesta aplicada, mediante un nivel de confianza del 95% y con un margen de error del 5%. Sacado bajo la aplicación de surveymonkey o bajo la fórmula empleada para este proceso.

Fórmula del muestreo:

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

Para Palella y Martins (2008, como se citó en Rojas, 2017. p.93) indica que la muestra es una parte o el subconjunto de la población dentro de la cual deben poseer características reproducen de la manera más exacta posible. En ese mismo sentido, Canales et al., (2000) mencionan que el muestreo es el término utilizado para referirse a la selección de una muestra representativa de una población cuando no es factible contar o medir todos los elementos de dicha población. (p. 135),

Este proceso se llevó en un lapso de tiempo de dos semanas del mes de abril en recolectar la información relevante para la investigación, cumpliendo los parámetros establecidos.

3.6. Fuentes de datos.

Este estudio se fundamentó en una amplia variedad de fuentes bibliográficas, lo que permitió la recolección de información relevante para la investigación. Las fuentes proporcionan una base sólida y confiable para el marco teórico de la investigación, permitiendo establecer conexiones y fundamentos sólidos en el campo de estudio.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

En esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta y la técnica de la entrevista debido a que nos permite obtener una perspectiva más completa y detallada de la población de estudio. Además, se consideró emplear la ficha de observación para analizar la página digital de la (CCENSE).

Para Pardinás (1991, como se citó en Montes, 2000. p. 1) la encuesta es un conjunto de preguntas diseñadas para recopilar información con el propósito de investigar. Asimismo, es un recurso valioso en la observación científica. Por lo tanto, al utilizar esta técnica en nuestro estudio, se trabajará con el instrumento del cuestionario para analizar los resultados obtenidos de los usuarios y como utilizan las herramientas del hipertexto.

Además, Richards (1992, como se citó en Narváez y Villegas, 1992. p. 303) indica que la entrevista es una conversación dirigida entre el investigador y uno o varios individuos con el fin de recopilar información. Esta información se recopiló mediante respuestas más veraces, permitiendo obtener una retroalimentación directa del objeto de estudio y facilitar la formulación de las preguntas.

Es así como Marshall y Rossman (1989, como se citó en Castelblanco et al., 2018. p.1) indica que la observación implica describir eventos, comportamientos y fenómenos identificables en el entorno original seleccionado para el estudio. En otras palabras, el empleo de esta técnica posibilitó la recopilación de información suficiente para llevar a cabo una observación objetiva basada en la diversidad de contenidos proporcionados por la página de la CCENSE.

Para garantizar la validez y confiabilidad de la encuesta, se realizó un pilotaje inicial con 20 participantes de la página de la CCENSE. Esta fase piloto fue validada por expertos, y se evaluó la confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de 0.97515949, lo cual confirma la consistencia interna y la fiabilidad del instrumento. Con base en estos resultados satisfactorios, se procedió a aplicar la encuesta a los 369 usuarios como público objetivo. Este riguroso proceso de validación garantiza la calidad de los datos recopilados y fortalece la credibilidad de los resultados obtenidos en la investigación.

Formula del Alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Comprobación de hipótesis

La hipótesis propuesta sobre la influencia de la accesibilidad a diversas fuentes de información y la capacidad de las personas para procesar y asimilar dicha información en la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena es respaldada por los hallazgos del estudio. Los resultados obtenidos sugieren que estas variables ejercen un impacto significativo en la forma en que las audiencias de las generaciones X y Z interactúan con los contenidos culturales y educativos proporcionados por la institución.

La validación de esta hipótesis se fundamenta en el análisis exhaustivo de los datos recopilados durante la investigación. Se examinaron diversos aspectos, como la diversidad de fuentes de información disponibles, la facilidad de navegación de la página de Facebook, la habilidad de los usuarios para procesar la información y su nivel de compromiso con los contenidos culturales y educativos ofrecidos por la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena.

Los resultados obtenidos a partir de encuestas, entrevistas y observaciones indican una correlación significativa entre la accesibilidad a distintas fuentes de información, la capacidad de procesamiento de esta y el grado de interacción de las audiencias de las generaciones X y Z con los contenidos ofrecidos. Se observa, por ejemplo, que los usuarios valoran positivamente la diversidad de fuentes y la facilidad de navegación en la fan page de Facebook, lo que se traduce en una mayor participación y compromiso con los contenidos presentados.

Asimismo, la retroalimentación proporcionada por los usuarios durante las entrevistas y encuestas respalda la premisa de que la accesibilidad y la capacidad de procesamiento de la información influyen significativamente en la forma en que perciben y consumen los contenidos culturales y educativos. Los datos recopilados durante el estudio corroboran la hipótesis planteada, lo que confirma que la accesibilidad y la capacidad de procesamiento de la información son elementos fundamentales en la relación entre la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de las generaciones X y Z.

3.8.Operacionalización de las variables

Tema: La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
<p>Variable Independiente: Hipertextualidad</p>	<p>Para (Saldarriaga, 2016) definen la hipertextualidad como una estructura formada por los vínculos que conectan textos o contenido multimedia a través de la interacción del usuario en un entorno digital y multilineal. (p.64)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad. - Interactividad - Variedad de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido multimedia. - Participación pública. - Diversidad de temas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceder a la información en la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena es fácil y conveniente. - Encuentro que la información proporcionada por la Casa de la Cultura es accesible tanto en formatos físicos como digitales. - La Casa de la Cultura facilita oportunidades para que las audiencias participen activamente en la creación y difusión de contenido cultural e informativo. - Encuentro una amplia diversidad de temas y actividades ofrecidas por la Casa de la Cultura que me interesan. - La Casa de la Cultura ofrece una variedad de formatos de información y expresiones artísticas que satisfacen mis preferencias y gustos. 	<p>Técnica</p> <p>Cuestionario</p> <p>Entrevista</p>	<p>Instrumento</p> <p>Encuestas</p> <p>Guía de preguntas</p>

<p>Variable Dependiente: Consumo Informativo</p>	<p>Según Milgram(2020, como se citó en Alday 2021. p. 40) señala en relación con el consumo de informativo, que las personas ajustan su atención a los estímulos provenientes de las fuentes informativas, creando filtros para controlar y gestionar el flujo de información de manera que sea manejable para ellos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptabilidad. - Navegabilidad. - Participación. - Impacto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Actualización constante. - Facilidad del uso. - Comentarios y opiniones. - Credibilidad y confianza. 	<ul style="list-style-type: none"> - La Casa de la Cultura muestra flexibilidad para adaptar sus servicios y programas a las necesidades cambiantes de su audiencia. - La navegación en los sitios web o aplicaciones de la Casa de la Cultura es intuitiva y me permite encontrar rápidamente lo que busco. - La Casa de la Cultura fomenta la participación activa de su audiencia en la planificación y organización de eventos culturales e informativos. - Las actividades y programas ofrecidos por la Casa de la Cultura han influido positivamente en mi percepción y apreciación de la cultura y las artes. 		
---	---	--	---	--	--	--

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este estudio se presentan los resultados de manera ordenada y relacionada, utilizando parámetros y matrices que facilitaron la realización de encuestas a la audiencia de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena (CCENSE). A través de un enfoque metódico, se logró estructurar la información de forma coherente, permitiendo un análisis detallado y exhaustivo de los datos recopilados. Este procedimiento no solo garantizó la precisión y validez de los resultados, sino que también proporcionó una comprensión profunda de las interacciones y percepciones de los usuarios

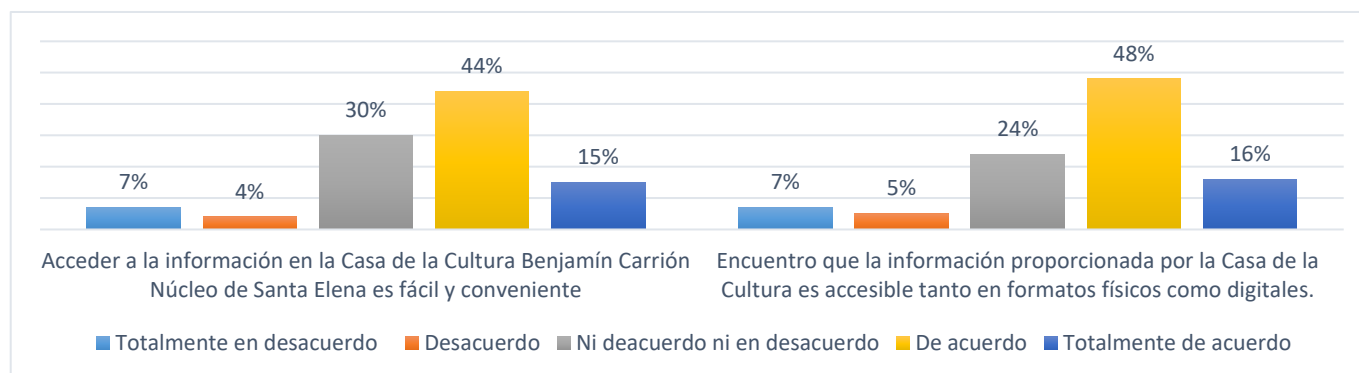
Tabla 1. Accesibilidad

DETALLE	Acceder a la información en la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena es fácil y conveniente		Encuentro que la información proporcionada por la Casa de la Cultura es accesible tanto en formatos físicos como digitales.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	26	7%	27	7%
Desacuerdo	14	4%	17	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	112	30%	90	24%
De acuerdo	163	44%	176	48%
Totalmente de acuerdo	54	15%	59	16%
TOTAL	369	100%	369	100%

Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE

Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Figura 1. Accesibilidad



Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE

Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

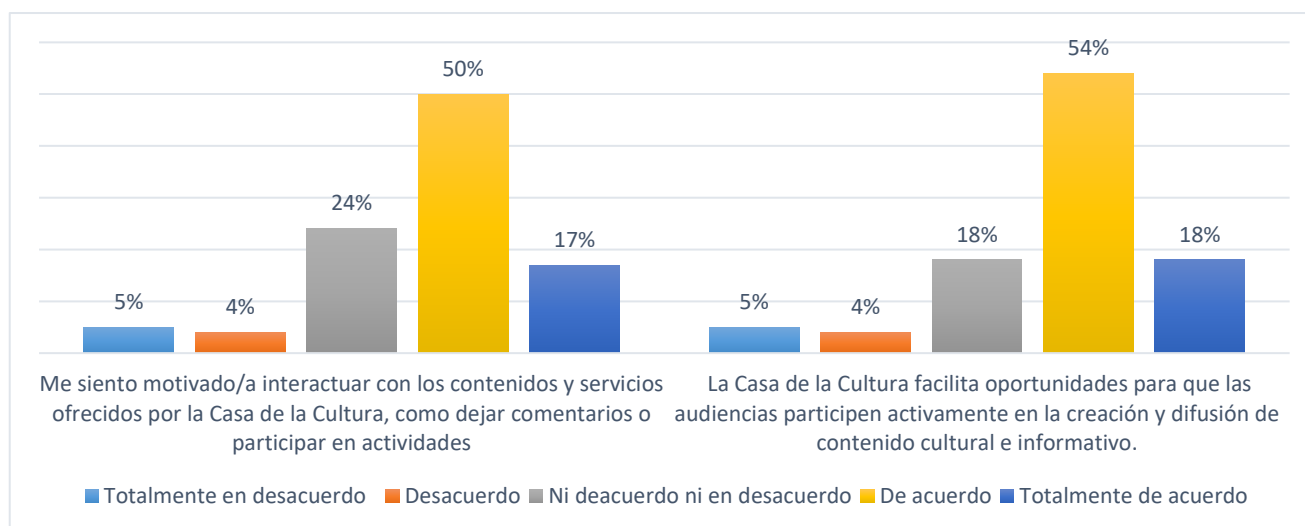
Los resultados de la encuesta indican que, si bien la mayoría de los encuestados perciben que la información en la Casa de la Cultura es accesible. No obstante, aún hay una proporción notable que siente que hay margen de mejora en términos de accesibilidad física y conveniencia, así como en la accesibilidad en diferentes formatos. Estos resultados pueden ser útiles para la Casa de la Cultura para identificar áreas de mejora y realizar ajustes en sus servicios para satisfacer mejor las necesidades de todos los usuarios.

Tabla 2. Interactividad

DETALLE	Me siento motivado/a interactuar con los contenidos y servicios ofrecidos por la Casa de la Cultura, como dejar comentarios o participar en actividades		La Casa de la Cultura facilita oportunidades para que las audiencias participen activamente en la creación y difusión de contenido cultural e informativo.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	17	5%	20	5%
Desacuerdo	16	4%	16	4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	87	24%	66	18%
De acuerdo	185	50%	201	54%
Totalmente de acuerdo	64	17%	66	18%
TOTAL	369	100%	369	100%

Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Figura 2. Interactividad



Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

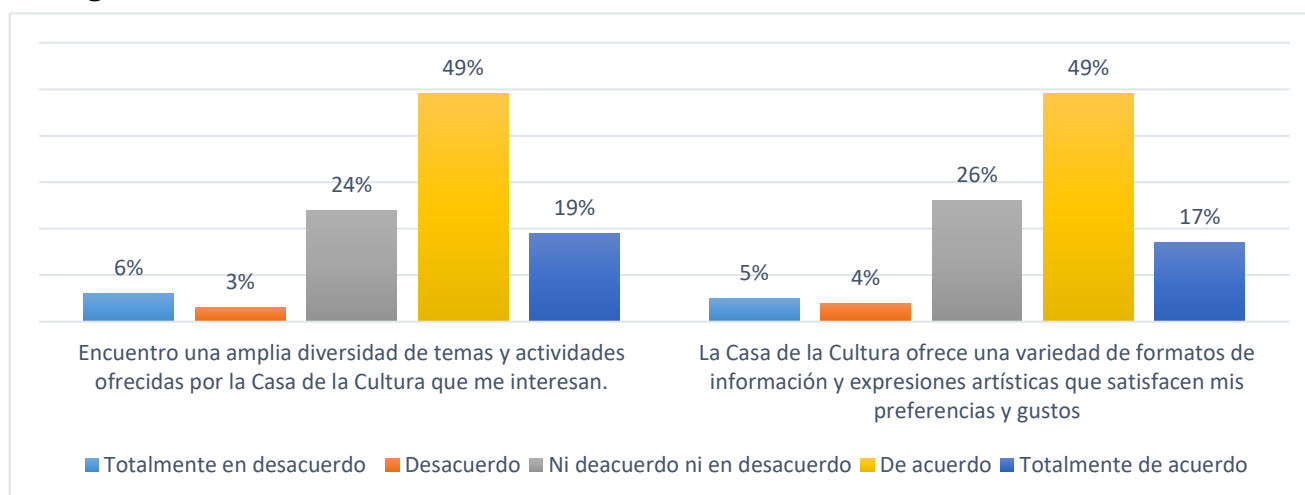
Mediante los resultados de la encuesta sugieren que, si bien la mayoría de los encuestados se sienten motivados para interactuar con los contenidos y servicios de la Casa de la Cultura, así como perciben que se facilitan oportunidades para la participación activa. Sin embargo, aún existen usuarios que no se sienten motivados o no perciben oportunidades claras de participación. Estos resultados pueden ser útiles para la Casa de la Cultura para diseñar estrategias que fomenten una mayor interacción y participación de los usuarios en sus actividades y contenidos.

Tabla 3. Variedad de contenidos

DETALLE	Encuentro una amplia diversidad de temas y actividades ofrecidas por la Casa de la Cultura que me interesan.		La Casa de la Cultura ofrece una variedad de formatos de información y expresiones artísticas que satisfacen mis preferencias y gustos.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	21	6%	17	5%
Desacuerdo	11	3%	15	4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	87	24%	96	26%
De acuerdo	181	49%	179	49%
Totalmente de acuerdo	69	19%	62	17%
TOTAL	369	100%	369	100%

Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Figura 3. Variedad de contenidos



Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

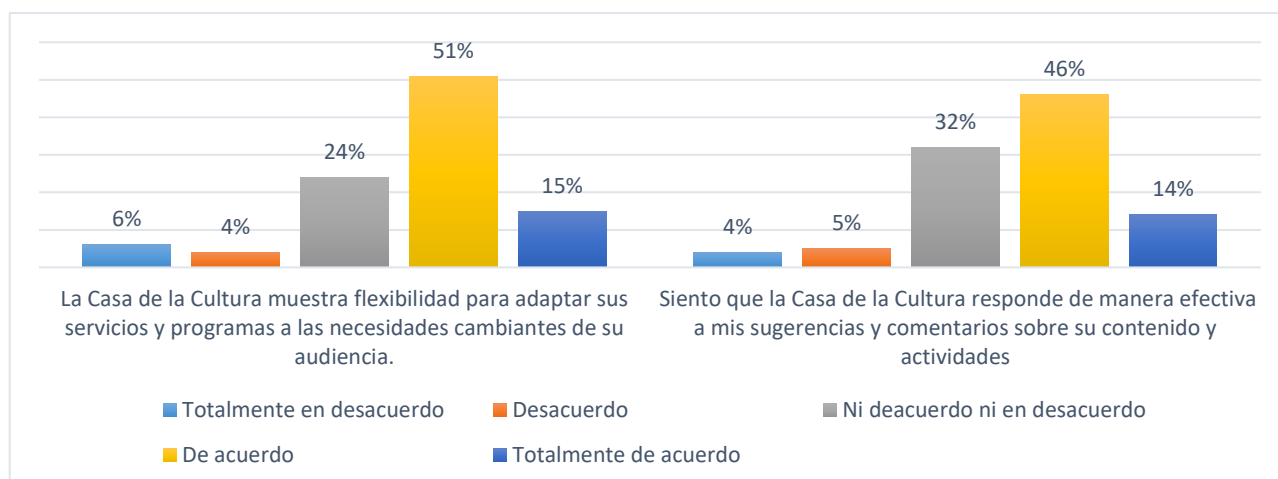
Con base a los resultados de la encuesta sugieren que, si bien la mayoría de los encuestados perciben una diversidad de temas y actividades que les interesan en la Casa de la Cultura, así como una variedad de formatos de información y expresiones artísticas, aún existen usuarios que no encuentran esta variedad satisfactoria. Por lo tanto, estos resultados pueden ser útiles para la Casa de la Cultura para ampliar y diversificar su oferta de contenido y formatos, de modo que pueda satisfacer las preferencias de una mayor variedad de usuarios.

Tabla 4. Adaptabilidad

DETALLE	La Casa de la Cultura muestra flexibilidad para adaptar sus servicios y programas a las necesidades cambiantes de su audiencia.		Siento que la Casa de la Cultura responde de manera efectiva a mis sugerencias y comentarios sobre su contenido y actividades.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	21	6%	16	4%
Desacuerdo	15	4%	18	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	88	24%	117	32%
De acuerdo	189	51%	168	46%
Totalmente de acuerdo	56	15%	50	14%
TOTAL	369	100%	369	100%

Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Figura 4. Adaptabilidad



Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Con respecto al resultado de la encuesta indican que, si bien la mayoría de los encuestados perciben que la Casa de la Cultura muestra flexibilidad para adaptar sus servicios y programas, así como responde de manera efectiva a sus sugerencias y comentarios. Sin embargo, aún existen usuarios que no perciben esta adaptabilidad y respuesta de manera satisfactoria. Estos resultados pueden ser útiles para la Casa de la Cultura para identificar áreas de mejora y ajustar sus servicios y programas para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de su audiencia.

Tabla 5. Navegabilidad

DETALLE	Encuentro que es fácil moverse entre las diferentes secciones y áreas de información dentro de la Casa de la Cultura, ya sea físicamente o en línea.		La navegación en los sitios web o aplicaciones de la Casa de la Cultura es intuitiva y me permite encontrar rápidamente lo que busco.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	19	5%	19	5%
Desacuerdo	9	2%	18	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	27%	106	29%
De acuerdo	181	49%	174	47%
Totalmente de acuerdo	59	16%	52	14%
TOTAL	369	100%	369	100%

Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Figura 5. Navegabilidad



Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

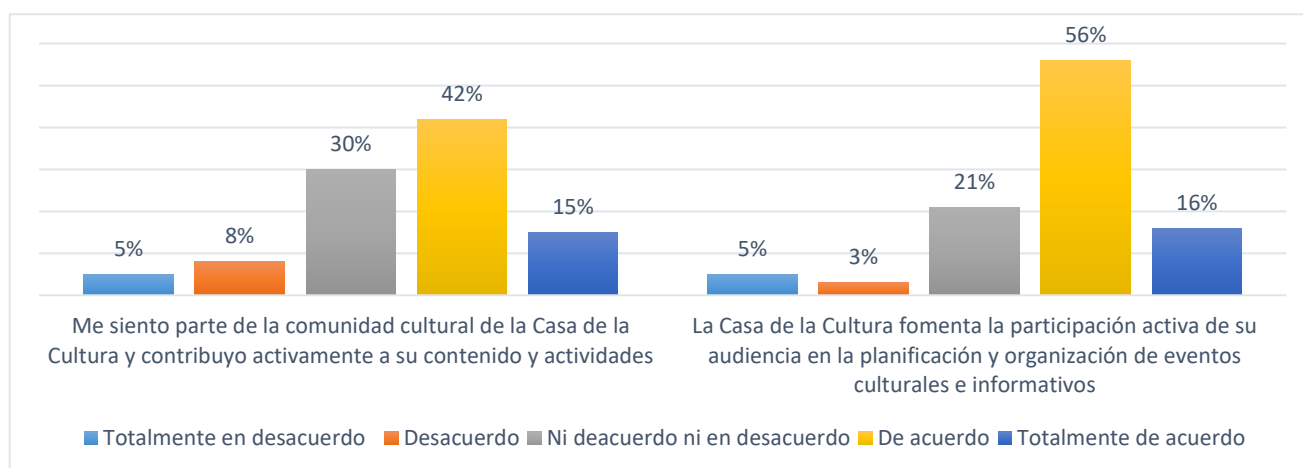
A partir de los resultados obtenidos en la encuesta indican que, la Casa de la Cultura ha tenido éxito en proporcionar una experiencia de navegación satisfactoria, tanto física como en línea, para la mayoría de sus usuarios. Sin embargo, aún existen áreas de mejora identificadas por aquellos que no están completamente satisfechos con la navegabilidad, lo que podría ser útil para la Casa de la Cultura al planificar mejoras futuras en su accesibilidad y navegación.

Tabla 6. Participación

DETALLE	Me siento parte de la comunidad cultural de la Casa de la Cultura y contribuyo activamente a su contenido y actividades.		La Casa de la Cultura fomenta la participación activa de su audiencia en la planificación y organización de eventos culturales e informativos.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	19	5%	17	5%
Desacuerdo	30	8%	11	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	109	30%	78	21%
De acuerdo	155	42%	205	56%
Totalmente de acuerdo	56	15%	58	16%
TOTAL	369	100%	369	100%

Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Figura 6. Participación



Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

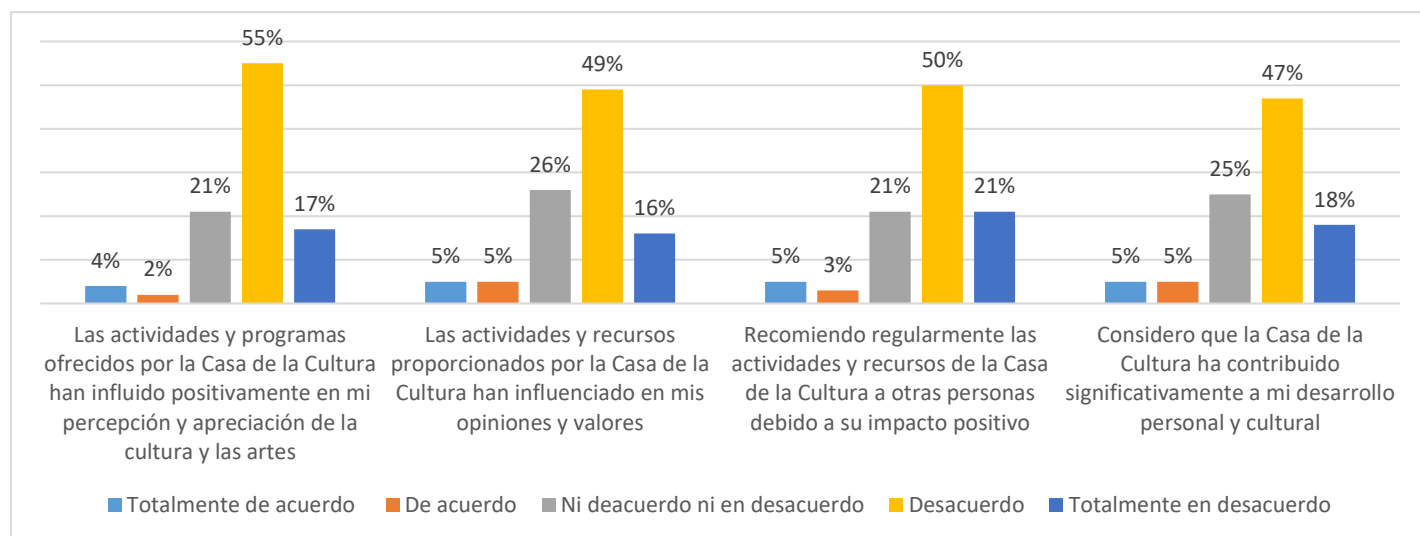
De este modo los resultados de la encuesta sugieren que, si bien la mayoría de los encuestados se sienten parte de la comunidad cultural de la Casa de la Cultura y perciben que contribuyen activamente, así como perciben que la Casa de la Cultura fomenta la participación activa de su audiencia, aún existen usuarios que no se sienten completamente integrados o que perciben que hay margen para una mayor participación activa. Por lo que, estos resultados pueden ser útiles para la Casa de la Cultura al diseñar estrategias para fomentar una mayor participación y compromiso por parte de su audiencia.

Tabla 7. Impacto

DETALLE	Las actividades y programas ofrecidos por la Casa de la Cultura han influido positivamente en mi percepción y apreciación de la cultura y las artes		Considero que la Casa de la Cultura ha contribuido significativamente a mi desarrollo personal y cultural		Las actividades y recursos proporcionados por la Casa de la Cultura han influenciado en mis opiniones y valores		Recomiendo regularmente las actividades y recursos de la Casa de la Cultura a otras personas debido a su impacto positivo	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	16	4%	17	5%	18	5%	20	5%
Desacuerdo	9	2%	17	5%	18	5%	11	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	78	21%	94	25%	96	26%	78	21%
De acuerdo	203	55%	174	47%	179	49%	183	50%
Totalmente de acuerdo	63	17%	67	18%	58	16%	77	21%
TOTAL	369	100%	369	100%	369	100%	369	100%

Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Figura 7. Impacto



Nota. Encuesta realizada a las audiencias de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

Finalmente, los resultados de la encuesta indican que, la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena ha tenido un impacto significativo en la percepción y apreciación cultural de sus usuarios, así como en su desarrollo personal y cultural. Además, ha logrado influir en las opiniones y valores de sus usuarios y ha generado suficiente satisfacción como para motivar la recomendación activa de sus actividades y recursos. Por lo tanto, estos resultados sugieren que la Casa de la Cultura ha sido efectiva en su misión de promover la cultura y las artes en la comunidad.

Matriz de relación entre categoría de análisis.

Con base en los resultados de las entrevistas realizadas a los participantes de la Casa de la Cultura Núcleo de Santa Elena, se procedió a elaborar una matriz comparativa de respuestas, categorizadas y subcategorizadas, que nos brinda información relevante sobre la misión y visión de la institución. Este enfoque permite no solo comprender los objetivos estratégicos de la Casa de la Cultura, sino también evaluar el impacto y el comportamiento de las audiencias frente a las actividades y eventos organizados.

Tabla 8. Cuadro de entrevista

Categorías	Subcategoría	Palabras claves	Participante 1	Participante 2
Misión y objetivos	Visión y objetivos	Casa de la Cultura, espacio, diversificación Artes, culturas, desarrollo, formación Educación no formal, proyectos, provincia.	La visión es crear un espacio inclusivo donde se promueva la diversidad artística y cultural, centrándose en el desarrollo de grupos prioritarios como niños, jóvenes y adultos mayores. El objetivo es democratizar el acceso a la cultura y el arte mediante la formación, la educación no formal, la educación artística y proyectos culturales en la provincia de Santa Elena.	Crear un espacio inclusivo que promueva la diversidad artística y cultural, y que trabaje en el desarrollo de grupos prioritarios como niños, jóvenes y adultos mayores. El objetivo es democratizar el acceso a la cultura y el arte mediante diversas herramientas, como formación, educación no formal, educación artística y proyectos culturales, en la provincia de Santa Elena.
Rol y responsabilidad	Funciones del director provincia Representación en actividades	Planificar, coordinar, ejecutar, analizar Casa de la Cultura, actividades propuestas Coordinación, ejecución, representación.	Como director provincial de la Casa de la Cultura, es planificar, coordinar, ejecutar y analizar las actividades culturales que realiza la Casa de la Cultura Núcleo de Santa Elena. Así también representarla en las diferentes actividades propuestas o invitaciones que nos realizan	Soy el Analista de Fomento Artístico y Cultural Provincial de la CCENPSE, que es el que se encarga de la parte operacional de todos los procesos artísticos y culturales que se desarrollan desde la Casa hacia la comunidad.

<p>Iniciativas y estrategias</p>	<p>Incorporación de hipertextualidad</p> <p>Falencias de comunicación</p> <p>Difusión de información</p>	<p>Audiencia, adultos mayores, comunicación</p> <p>Formación, capacitación, tecnologías</p> <p>Plataformas digitales, acceso, sencillez</p>	<p>Se utiliza principalmente Facebook y otras plataformas digitales, además de boletines de prensa, para difundir información. Se emplean propuestas audiovisuales y streaming para alcanzar a comunidades que no pueden estar presentes en eventos físicos. Estos medios digitales, especialmente los materiales audiovisuales, facilitan la difusión de información de la Casa de la Cultura.</p>	<p>El público joven se beneficia más de los recursos digitales ofrecidos por la Casa de la Cultura, mientras que algunos adultos mayores muestran resistencia, aunque muchos están dispuestos a aprender. La inmediatez de la comunicación facilita la participación en actividades, pero la falta de un departamento de comunicación genera dificultades en la gestión de la demanda.</p>
<p>Comportamiento de audiencias</p>	<p>Acceso y procesamiento de información</p>	<p>Efectividad, internet, comunicación</p> <p>Teléfono inteligente, herramientas</p>	<p>El principal desafío es llegar a un público mayor que no está familiarizado con la tecnología digital, lo que dificulta la difusión de información. El objetivo es capacitar a los miembros de la Casa de la Cultura en el uso de nuevas tecnologías para facilitar su acceso a la información en plataformas digitales. El reto es vincular a los adultos mayores con las herramientas digitales para mejorar la comunicación y difusión de la información cultural.</p>	<p>El de las Relaciones Públicas, debido al agente reproductor de información y el propósito de comunicación.</p>
<p>Actividades populares</p>	<p>Medios de comunicación</p> <p>Popularidad de streaming</p>	<p>Programa radial, capacitaciones, talleres</p> <p>Conexión, Facebook, observación</p>	<p>No estamos siendo muy efectivos a su totalidad, dado el hecho de que no todas las personas cuentan con algún teléfono inteligente o en su defecto no tengan el internet necesario para poder informarse de</p>	<p>La participación de las audiencias es de forma activa y dinámica.</p>

			manera inmediata a nuestras comunicaciones, por el cual creemos que no estamos siendo productivos y efectivos, pero es la forma que al momento contamos como base principal para la comunicación.	
Participación de audiencias	Audiencia cautiva Cobertura	Redes sociales, programas virtuales Provincia, audiencia globalizada	Tenemos comunicación con nuestras audiencias a través de un programa radial el cual es transmitido por streaming, de igual manera se realiza capacitaciones, talleres, asambleas y reuniones de manera virtual y creemos que esta herramienta de streaming nos ha sido muy útil porque hay momentos y espacios en donde la gente no pueda asistir de manera presencial a los eventos y por ende pues esta herramienta ayuda a que se puedan conectar en la página de Facebook y poder observarlos.	De hecho, como la misión y visión lo afirman, la Casa de la Cultura tienen un propósito formativo, además, en torno a las diferentes disciplinas.
Impacto en la comunidad	Formación cultural, educativa, informativa Importancia local Mantenimiento de lo tradicional Vinculación con lo actual	Cursos vacacionales, población, educación Cobertura, mercado cautivo, radio local Periódico, comunicación, entorno digital Nuevas herramientas, tecnológicas	El impacto local de los cursos vacacionales es importante pero aún limitado, considerando la población de la provincia de Santa Elena. Aunque el potencial de participación es significativo, el número de asistentes, 200 personas, es inferior a las expectativas, reflejando la necesidad de mejorar la cobertura y promoción de los usuarios.	En absoluto.

Nota. Entrevista realizada a funcionarios de la CCENSE
Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

La Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena (CCENSE) muestra un compromiso claro con su visión y objetivos, los cuales se centran en la promoción de la diversidad artística y cultural, así como en la democratización del acceso a la cultura y el arte mediante la formación y proyectos culturales. Esta alineación estratégica proporciona una base sólida para el desarrollo de sus actividades culturales y educativas.

En cuanto a la distribución de responsabilidades, se observa una clara división entre el director provincial y el Analista de Fomento Artístico y Cultural. Esta estructura organizativa facilita la planificación, coordinación y ejecución de actividades culturales, asegurando una gestión eficiente de los recursos y una representación efectiva de la institución en diversas actividades propuestas.

Sin embargo, el estudio revela desafíos significativos en cuanto a la comunicación y difusión de información. a través de la fan page de Facebook y productos audiovisuales. La falta de acceso a tecnologías digitales, especialmente entre los adultos mayores, limita la efectividad de estas iniciativas. Esto subraya la necesidad de mejorar la infraestructura comunicacional de la institución para garantizar una mayor inclusión y participación de todas las audiencias.

A pesar de estos desafíos, se destaca la participación y dinámica de las audiencias de las generaciones X y Z, en las actividades culturales, especialmente cuando tienen acceso a herramientas de comunicación virtual como programas radiales y streaming. Estas herramientas han demostrado ser útiles para mantener la conexión con los usuarios que no pueden asistir presencialmente, lo que resalta la importancia de seguir desarrollando y fortaleciendo estas iniciativas.

En última instancia, el estudio resalta la importancia de mejorar la promoción y cobertura de las actividades culturales, como los cursos vacacionales, para maximizar su impacto en la comunidad. Si bien estos programas tienen un impacto local significativo, es necesario aumentar su visibilidad y alcance para garantizar una mayor participación y beneficio para la comunidad en general.

Técnica: análisis de la página de Facebook

Instrumento: Matriz de Análisis

Tabla 9. Ficha de observación

Tema: La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena						
Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena			Página de Facebook Casa de la Cultura			
Indicadores			Lunes	Martes	Miércoles	Jueves
Hipertextualidad	Multimedia	Imagen	x	x	x	x
		Video				x
		Audio			x	
	Diversidad de fuentes	Alto	x			
		Medio				x
		Bajo			x	
	Contenido	Educativo				
		Informativo		x	x	
		Cultural	x		x	x
	Cantidad y calidad de enlaces	Relevante		x	x	
		Nada Relevante			x	
		Poco Relevante	x			x
<p>Observación: Los hallazgos revelan una diferencia notable entre el contenido multimedia presentado el jueves en comparación con el lunes, sugiriendo una potencial mejora en la experiencia del usuario. Específicamente, el jueves se evidenció una mayor variedad de contenido multimedia, lo que posiblemente enriqueció la interacción del usuario con la plataforma. Además, se observó que el lunes hubo una alta diversidad de fuentes consultadas para generar contenido, mientras que el jueves esta diversidad fue de nivel medio, indicando una amplia búsqueda de información en ambos días.</p> <p>Respecto al contenido temático, se encontró que tanto el lunes como el jueves ofrecieron una amplia gama de temas, lo que sugiere una estrategia de diversificación que puede resultar atractiva para diversos tipos de usuarios. Sin embargo, es importante destacar que el jueves se detectó la presencia de enlaces poco relevantes y nada relevantes, lo que plantea interrogantes sobre la calidad de la experiencia del usuario en ese día específico. Este aspecto podría influir negativamente en la percepción global del contenido ofrecido y la satisfacción del usuario al interactuar con la plataforma.</p>						

Consumo informativo	Coherencia temática	Relevante	x		x	X
		Poco relevante				
		Nada Relevante		x		
	Estructura de la información	Alto				
		Medio				
		Bajo	x	x	x	X
	Facilidad de navegación	Alto	x	x	x	X
		Medio				
		Bajo				
	Interactividad	Alto				
		Medio		x	x	
		Bajo	x			X
	Feedback de los usuarios	Alto				
		Medio				
		Bajo	x	x	x	X

Observación:

Los resultados del análisis indican que la coherencia temática fue un aspecto relevante el lunes, aunque no se proporcionó información sobre este indicador el jueves. Por otro lado, se observó que la estructura de la información fue baja en ambos días, lo que sugiere la necesidad de mejorar la organización y presentación de los contenidos para una experiencia más cohesionada y comprensible por parte de los usuarios.

En cuanto a la facilidad de navegación, se encontró que fue alta en ambos días, lo que sugiere que los usuarios encontraron sencillo moverse por el sitio web. Sin embargo, la interactividad mostró ser baja el lunes y de nivel medio el jueves, lo que indica que puede haber margen para mejorar la interacción con los usuarios, posiblemente implementando más elementos interactivos para fomentar la participación y el compromiso del usuario.

Finalmente, el feedback del usuario fue bajo en ambos días, lo que podría sugerir que los usuarios no están proporcionando comentarios o que sus opiniones no están siendo tenidas en cuenta de manera efectiva. Esta falta de retroalimentación puede ser un área de mejora importante, ya que el involucramiento y la participación activa de los usuarios son fundamentales para mejorar y adaptar continuamente la experiencia del usuario en la plataforma.

Fuente. Observación realizada a la página de Facebook de la CCENSE

Elaborado por: Paucar Edison y Matias Christopher

5. DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio destacan la importancia de comprender las percepciones y la interacción de los usuarios con la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena, enfatizando la necesidad de entender las motivaciones y necesidades de los usuarios para mejorar la accesibilidad, la interacción y la diversidad de contenidos. Estos aspectos pueden contribuir significativamente a la misión de la institución de promover la cultura y las artes en la comunidad. La teoría del hipertexto de Landow, que enfatiza la estructura no lineal y la navegación interactiva de los textos digitales, respalda la percepción de la accesibilidad física y de diferentes formatos de información como medios para mejorar la accesibilidad y la conveniencia para los usuarios.

Además, la motivación para interactuar y participar activamente con los contenidos y servicios de la Casa de la Cultura se relaciona con la teoría del uso y gratificación, que busca explicar por qué las personas eligen consumir ciertos medios de comunicación y qué beneficios buscan obtener. Por ende, diseñar estrategias que fomenten una mayor interacción puede implicar ofrecer contenidos más relevantes y actividades participativas. Por otra parte, la percepción de diversidad de temas y actividades se asocia con la teoría de la difusión de la innovación, que explica cómo se adoptan nuevas ideas en una sociedad y cómo se pueden influir en este proceso. Ampliar y diversificar la oferta de contenido y formatos puede atraer a una mayor variedad de usuarios y satisfacer sus preferencias.

En el análisis de la página digital de Facebook de la Casa de la Cultura, se observó una mayor participación de las audiencias con las reacciones y comentarios, mediante la variedad de contenido multimedia, diversidad de fuentes, temas abordados, relevancia de los enlaces, coherencia temática, estructura de la información, facilidad de navegación, interactividad y feedback del usuario. Esto sugiere una respuesta positiva por parte de los usuarios hacia la plataforma digital de la institución.

Adicionalmente, los resultados de las entrevistas realizadas a los participantes de la CCENSE reflejan una comprensión y aplicación efectiva de los conceptos teóricos en términos de misión y objetivos claros, roles y responsabilidades definidos, iniciativas y estrategias de comunicación efectivas, atención al comportamiento de las audiencias, popularidad de las actividades, participación activa de las audiencias y el impacto en la comunidad.

Los resultados de este estudio indican que la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena ha obtenido una respuesta positiva por parte de sus usuarios, reflejada en la percepción y apreciación cultural que estos tienen hacia la institución. La

interacción con la plataforma digital de la Casa de la Cultura también ha sido destacada de manera favorable, sugiriendo que los usuarios están comprometidos con el contenido y las actividades ofrecidas. Este hallazgo resalta la importancia de mantener y fortalecer este vínculo positivo con la audiencia, así como de continuar promoviendo una experiencia cultural enriquecedora a través de la diversificación y mejora constante de los contenidos y actividades.

Además, estos resultados subrayan la necesidad de seguir trabajando en la mejora de la accesibilidad y la interactividad de la plataforma digital. Al ofrecer una amplia variedad de contenidos y actividades, adaptadas a las necesidades y expectativas de una audiencia diversa, la Casa de la Cultura puede consolidar su papel como un espacio cultural inclusivo y relevante en la comunidad de Santa Elena. Asimismo, mejorar la accesibilidad y la interactividad no solo fortalecerá el compromiso de la audiencia actual, sino que también puede atraer a nuevos usuarios y ampliar el alcance y la influencia de la institución en la promoción y difusión de la cultura y las artes.

6. CONCLUSIONES

La Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena ha logrado implementar eficazmente elementos de hipertextualidad en su fan page de Facebook, lo que se refleja en la capacidad de los usuarios para acceder a información de manera no lineal a través de enlaces y recursos interactivos.

Los patrones de consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena muestran una variedad en las preferencias, con cierto énfasis en ciertos temas y formatos por parte de diferentes segmentos de la audiencia. Esto subraya la importancia de adaptar el contenido ofrecido a las necesidades e intereses específicos de los usuarios.

La investigación revela la existencia de una base sólida de usuarios que interactúan con la plataforma digital de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena. Sin embargo, también señala áreas de mejora en términos de estructura de la información, interactividad y feedback del usuario.

Se identifican oportunidades para el establecimiento de estrategias comunicacionales que mejoren tanto la hipertextualidad como el consumo informativo de las audiencias. Estas estrategias podrían incluir la optimización de la navegación en la plataforma, la diversificación del contenido ofrecido y la implementación de campañas de promoción y difusión.

A partir de este estudio proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y acciones de mejora en la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena. Se destaca la importancia de continuar monitoreando y evaluando el desempeño de la fan page de Facebook para garantizar su relevancia y efectividad en la promoción de la cultura y las artes en la comunidad.

7. RECOMENDACIONES.

Mejorar la estructura y organización de la información en la fan page de Facebook de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena, asegurando una navegación fluida y coherente para los usuarios.

Diversificar el contenido ofrecido en la plataforma para satisfacer las diversas preferencias e intereses de la audiencia, incluyendo una amplia gama de temas culturales y artísticos, así como formatos multimedia.

Implementar mecanismos de interacción más efectivos para fomentar la participación de los usuarios, como encuestas, comentarios y foros de discusión, con el fin de recopilar feedback y mejorar continuamente la experiencia del usuario.

Indicar estrategias de promoción y difusión más robustas para aumentar la visibilidad de la plataforma digital y atraer a nuevos usuarios, incluyendo campañas en redes sociales, colaboraciones con otros sitios web y eventos promocionales.

Incorporar personal encargado de gestionar la plataforma digital, utilizando herramientas y técnicas para optimizar la hipertextualidad y el consumo informativo, garantizando así la implementación efectiva de las estrategias de comunicación propuestas.

REFERENCIAS

- Alday, P. (2021). *Periodismo digital y consumo informativo en contexto de pandemia del COVID-19 en docentes del Centro Educativo Arco Iris, Lima 2021*. Universidad Cesar Vallejo, Callao - Perú.
- Andréu, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Universidad de Granada: <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/Las-técnicas-de-análisis-de-contenido-una-revisión-actualizada.pdf>
- Aparici, R., y Osuna, S. (2013). La Cultura de la Participación. *Mediterránea de comunicación*, 4(2), 137–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.07>
- Arias, G. J. (2020). Adaptabilidad a las tecnologías de la información, comunicación y procrastinación laboral en colaboradores del sector público en Arequipa. *UISRAEL*, 86. <https://doi.org/https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.348>
- Arias, R. F., y García, A. J. (2016). Definiendo la hipertextualidad. Análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución del concepto. *ICONO* 14, 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.7195/ri14.v14i2.995>
- Aterenzani. (2020). *Una teoría del hipertexto por George Landow*. CIBERESTÉTICA: <https://ciberestetica.wordpress.com/2020/01/09/una-teoria-del-hipertexto-por-george-landow/#:~:text=El%20hipertexto%20es%20texto%20que,de%20unas%20convenciones%20socio-culturales>.
- Baena, G. (2014). Metodología de la Investigación. En G. Baena, *Metodología de la Investigación* (p. 157). Grupo Editorial Patria. <https://web.instipp.edu.ec/Libreria/libro/Metodologia%20Investigacion.pdf>
- Blumer, D., McQuail, y Brown. (1972). *Teoria del uso y Gratificación*. Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_usos_y_gratificaciones
- Burgos Jimenez, N. G. (2019). Evolución de los medios tradicionales a cibermedios en Ecuador. *Dspace*, 26. <https://doi.org/http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6319>
- Canales, F., Luz, A. E., y Elia, P. (2008). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Manual para el desarrollo de personal de salud. <https://doi.org/http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Manual%20para%20el%20Desarrollo%20de%20Personal%20de%20Salud.pdf>
- Cárdenas Hernández, E. E., Valdivieso Solórzano, D. Y., y Zambrano Vélez, C. K. (2023). Consumo informativo de estudiantes de la universidad San Gregorio de Portoviejo caso San Gregorio radio. *Dialnet*, 8(10), 26. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i10.6130>
- Carrillo, A. (30 de Enero de 2015). *La evolucion del consumo de informacion en el mundo digital*. LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/la-evolucion-del-consumo-de-información-en-el-mundo-digital-carrillo/>

- Castelblanco, D., González, L., y Esteban, Q. (1989). GUÍA METODOLÓGICA OBSERVACIÓN. *INSTITUTO DISTRITAL DE PROTECCIÓN Y BIENESTAR ANIMAL*.
https://doi.org/https://www.animalesbog.gov.co/sites/default/files/8_OBSERVACIÓN_SISTEMÁTICA_2018.pdf
- Castellanos, B., Gámez, M., y Hernández, S. (2023). *EL CONSUMO INFORMATIVO DE LAS GENERACIONES X, MILLENNIALS Y CENTENNIALS*.
<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/23358?show=full>
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR . (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR* .
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Deogracias, M., y Amezaga, A. (2007). LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES GARANTÍA DE DIVERSIDAD A TRAVÉS DE LA ACCESIBILIDAD. *Dialnet*, 695.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5697741>
- EduTEKA. (2003). *HIPERTEXTO: QUÉ ES Y CÓMO UTILIZARLO PARA ESCRIBIR EN MEDIOS ELECTRÓNICOS*. EduTEKA:
<https://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Hipertexto1#:~:text=El%20hipertexto%20se%20convierte%20en,%20usando%20el%20correo%20electrónico.>
- Esic. (2022). *¿Qué es un consumidor digital y qué tipos existen?* Business y marketing School:
<https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-un-consumidor-digital-y-que-tipos-existen-#:~:text=Son%20aquellos%20que%20solicitan%20información,ya%20han%20consumido%20el%20producto>
- Fraga, S. (2014). La adaptabilidad organizacional un aporte conceptual para las organizaciones contemporáneas. *Dialnet*, 5(1), 128-136.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780460>
- Guerrero, R., Do Prado, M., Silveira, S., y Ojeda, G. (2017). Momentos del Proyecto de Investigación Fenomenológica en Enfermería. *Scielo*, 16(1-2).
https://doi.org/https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962017000100015
- Hernández, R., Fenández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*.
<https://doi.org/https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodología%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Herrera, E., y Malpica, A. (2019). EL LENGUAJE HIPERTEXTUAL COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y DE APRENDIZAJE. *Pensamiento Udesino*, 3(1).
<https://doi.org/http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/301/3011426008/3011426008.pdf>

- Ley Organica de Comunicación. (2019). *Artículo 35 (Capítulo 2)*. LEY ORGANICA DE COMUNICACION. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf>
- Ley Organica de Cultura. (2017). *Artículo 152*. LEY ORGANICA DE CULTURA.
- Libera, B. (2007). Impacto, impacto social y evaluación del impacto. *Scielo*, 5(3). <https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v15n3/aci08307.pdf>
- Maceira, J. (2023). *Consumidor Digital: Los 5 Comportamientos Clave que Impactan en el Marketing Online*. Orienteed: <https://orienteed.com/es/consumidor-digital-comportamientos-clave/#:~:text=Comprender%20los%20comportamientos%20clave%20investigación,estrategias%20de%20marketing%20digital%20exitosas>.
- Martinez, G. (2003). El consumo de información: una primera aproximación al concepto. *Hipertext.net*(1). <https://doi.org/https://arxiu-web.upf.edu/hipertextnet/numero-1/consumo-info.html>
- Montes, G. (2000). METODOLOGÍA Y TECNICAS DE DISEÑO Y REALIZACIÓN DE ENCUESTAS EN EL AREA RURAL. *Scielo*(21). https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003
- Montmany, B., y Pujolà, J.-T. (2010). Más allá de lo escrito : la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital. *idUS*, 16. <https://doi.org/https://idus.us.es/handle/11441/57108>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Muñoz, J. (2020). Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón. *Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9196>
- Narváez, O., y Villegas, L. (1992). *Introducción a la investigación: guía interactiva*. Universidad Veracruzana : <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad3/encuesta.html>
- Navarro, M. (2020). COMUNICACIÓN HORIZONTAL E INTERACTIVIDAD. En J. C. Figueroa Benítez, *COMUNICACIÓN HORIZONTAL E INTERACTIVIDAD*. <https://idus.us.es/handle/11441/95642>
- Nelson, T. (1965). *HYPERTEXT HALL OF FAME*. <https://hyperhall.org/nelson>
- Nevado, I. (2020). La programación de La Sexta. De la variedad de contenidos al triunfo del infoshow (2006-2010). *Dialnet*(26), 693-702. <https://doi.org/https://doi.org/10.5209/esmp.67804>

- Orero, P. (2005). La inclusión de la accesibilidad en comunicación audiovisual dentro de los estudios de traducción audiovisual. *Dialnet* (12), 173-185.
- Ortega, A. (2015). ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN. *ResearchGate*.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION
- Rincón, D. (2023). *Modelo para validar la experiencia de usuario basado en analítica de datos para mejorar la navegabilidad y usabilidad de los ambientes de aprendizaje en programas de educación*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia.
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/57957>
- Rogers, E. (1972). *Diffusion of Innovations, 4th Edition*. Wikipedia:
https://en.wikipedia.org/wiki/Diffusion_of_innovations
- Rojas, A. (2017). *Investigación e Innovación Metodológica*.
<https://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html>
- Saldarriaga, V. I. (2016). *Uso de la hipertextualidad en los medios digitales del Eje Cafetero en el tratamiento informativo de la migración*. Colombia : Universidad de Manizales.
<https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/5541/Us0%20de%20la%20hipertextualidad%20en%20los%20medios%20digitales%20del%20Eje%20Cafetero%20en%20el%20tratamiento%20informativo%20de%20la%20migraci0n.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sánchez, M. (2012). *Rediseño de la página web de la fundación Remar en la ciudad de Quito*. Universidad Israel, Quito.
<https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/796/1/UISRAEL-EC-DIS-378.242-128.pdf>
- Tamayo, T. y. (2012). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. *Capitulo III*. Universidad Privada Dr. Rafael Bolloso Chacín.
<https://virtual.urbe.edu/tesispub/0105377/cap03.pdf>
- Tascón, M. (2012). *Escribir en internet*. Galaxia Gutenberg, S.L.
<https://doi.org/https://www.casadellibro.com/libro-escribir-en-internet/9788415472087/2028779>
- Weaver, y Shannon. (1947). *Teoría de la Información*.
https://cs.uns.edu.ar/~ldm/mypage/data/ss/info/teoria_de_la_informacion2.pdf

ANEXOS

Anexo 1

Tutorías



Anexo 2

Evento casa de la cultura



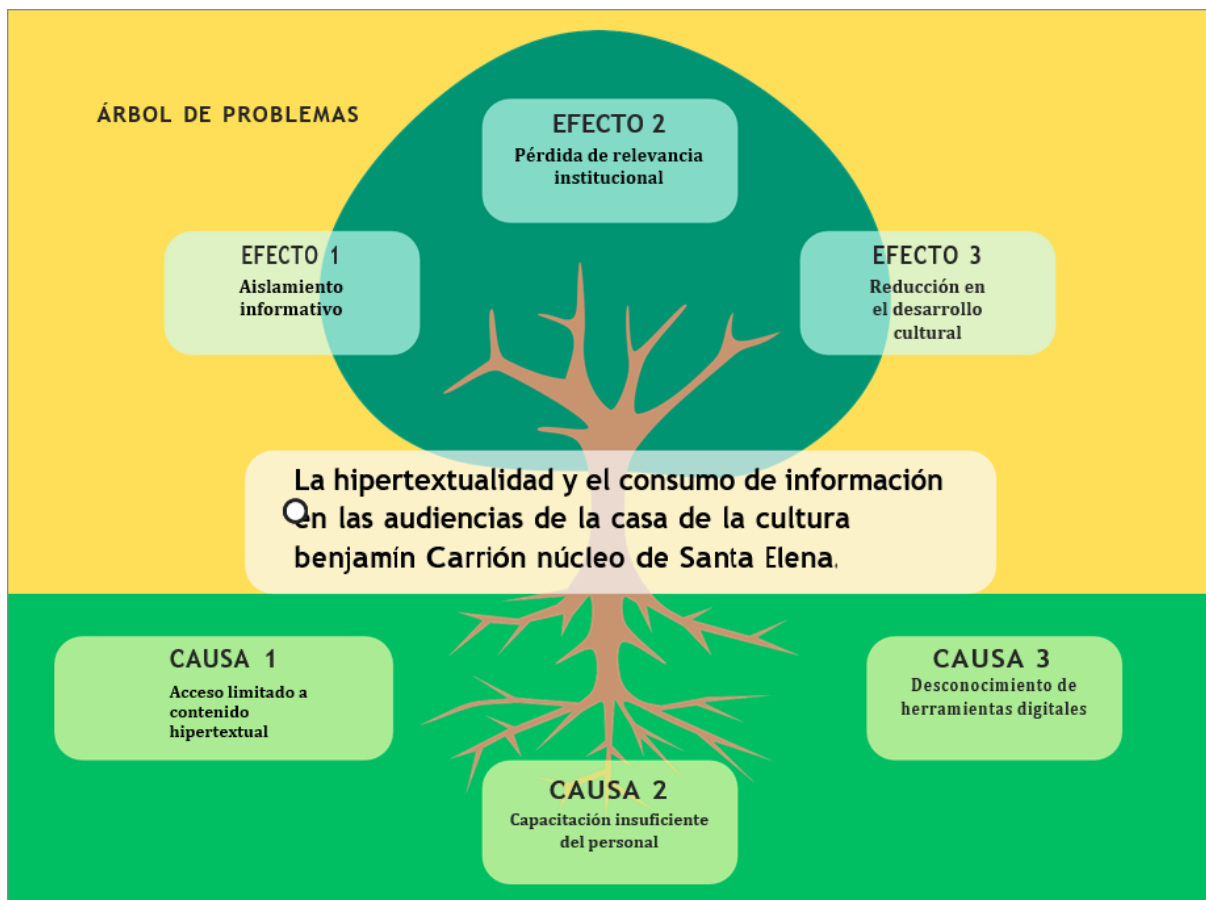
Anexo 3.

Aplicación de entrevista



Anexo 4.

Árbol de problemas



Anexo. 5. Validación de instrumentos

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Tema: La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.

Objetivo: Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena, para el fortalecimiento en el contenido; a través de encuestas y entrevistas.

Escala de Likert: Totalmente en desacuerdo (1) Desacuerdo (2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)

		1	2	3	4	5
Hipertextualidad						
1.	Acceder a la información en la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena es fácil y conveniente.					
2.	Encuentro que la información proporcionada por la Casa de la Cultura es accesible tanto en formatos físicos como digitales.					
3.	Me siento motivado/a interactuar con los contenidos y servicios ofrecidos por la Casa de la Cultura, como dejar comentarios o participar en actividades.					
4.	La Casa de la Cultura facilita oportunidades para que las audiencias participen activamente en la creación y difusión de contenido cultural e informativo.					
5.	Encuentro una amplia diversidad de temas y actividades ofrecidas por la Casa de la Cultura que me interesan.					
6.	La Casa de la Cultura ofrece una variedad de formatos de información y expresiones artísticas que satisfacen mis preferencias y gustos.					
7.	La Casa de la Cultura muestra flexibilidad para adaptar sus servicios y programas a las necesidades cambiantes de su audiencia.					
8.	Siento que la Casa de la Cultura responde de manera efectiva a mis sugerencias y comentarios sobre su contenido y actividades.					
Consumo informativo						
9.	Encuentro que es fácil moverse entre las diferentes secciones y áreas de información dentro de la Casa de la Cultura, ya sea físicamente o en línea.					
10.	La navegación en los sitios web o aplicaciones de la Casa de la Cultura es intuitiva y me permite encontrar rápidamente lo que busco.					
11.	Me siento parte de la comunidad cultural de la Casa de la Cultura y contribuyo activamente a su contenido y actividades.					
12.	La Casa de la Cultura fomenta la participación activa de su audiencia en la planificación y organización de eventos culturales e informativos.					
13.	Las actividades y programas ofrecidos por la Casa de la Cultura han influido positivamente en mi percepción y apreciación de la cultura y las artes.					
14.	Considero que la Casa de la Cultura ha contribuido significativamente a mi desarrollo personal y cultural.					
15.	Las actividades y recursos proporcionados por la Casa de la Cultura han influenciado en mis opiniones y valores.					
16.	Recomiendo regularmente las actividades y recursos de la Casa de la Cultura a otras personas debido a su impacto positivo.					



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD

Juez Experto

C.I: 0918988312

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.

Objetivo: Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena, para el fortalecimiento en el contenido; a través de encuestas y entrevistas

		Respuesta
Hipertextualidad		
1.	¿Qué tipo de iniciativas o estrategias han implementado para aprovechar la hipertextualidad en la difusión de información cultural y educativa?	
2.	¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan al incorporar la hipertextualidad en la comunicación y oferta de la Casa de la Cultura?	
3.	¿Cómo perciben ustedes el comportamiento de las audiencias en términos de acceso y procesamiento de la información proporcionada por la Casa de la Cultura?	
Consumo informativo		
4.	¿Qué actividades o servicios son más populares entre las diferentes audiencias? ¿Por qué cree que esto es así?	
5.	¿Cómo describiría el nivel de participación de las audiencias en las actividades y eventos organizados por la Casa de la Cultura?	
6.	¿Qué impacto creen que tiene la Casa de la Cultura en la comunidad local en términos de formación cultural, educativa e informativa?	
7.	¿Hay algún otro aspecto que considere relevante mencionar en relación con las variables y dimensiones discutidas?	



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.

Juez Experto

C.I: 0918988312

Técnica: Análisis de la página de Facebook

Instrumento: Matriz de Análisis

Tema: La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena

Objetivo: Identificar el consumo informativo de las audiencias de la casa de la cultura benjamín Carrión núcleo de Santa Elena.

Tema: La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena						
Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena			página de Facebook Casa de la Cultura			
Indicadores			Lunes	Martes	Miércoles	Jueves
Hipertextualidad	Multimedia	Imagen				
		Video				
		Audio				
	Diversidad de fuentes	Alto				
		Medio				
		Bajo				
	Contenido	Educativo				
		Informativo				
		Cultural				
	Cantidad y calidad de enlaces	Relevante				
		Nada Relevante				
		Poco Relevante				
Observación:						

Consumo informativo	Coherencia temática	Relevante				
		Poco relevante				
		Nada Relevante				
	Estructura de la información	Alto				
		Medio				
		Bajo				
	Facilidad de navegación	Alto				
		Medio				
		Bajo				
	Interactividad	Alto				
		Medio				
		Bajo				
	Feedback de los usuarios	Alto				
		Medio				
		Bajo				
Observación:						

Fuente. Observación realizada a la página de Facebook de la CCENSE

Elaborado por: Matias Christopher y Paucar Edison



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.

Juez Experto


C.I: 0918988312

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Guía de preguntas – Hipertextualidad – Consumo informativo

Indicador es	Criterios	Deficiente					Regular					Buena					Muy Buena					Excelente					OBSERVACIONES
		0 - 20					21 - 40					41 - 60					61 - 80					81 -100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100						
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					100					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					100					
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					100					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					100					
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					100					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos- científicos																					100					
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					100					
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					100					

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
Juez Experto	Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.
CI:	0918988312
Teléfono	0997611185
E-mail:	pcortez@upse.edu.ec
 Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Matias Panimboza Christopher Alexander Paucar Illescas Edison Joel	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
ad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena, para el fortalecimiento en el contenido; a través de encuestas y entrevistas.	
Dirigido a:	A las audiencias de la Casa de la Cultura.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Cortez Clavijo Paola Elizabeth	
Documento de Identidad:	0918988312	
Grado Académico:	PhD	
Especialidad:	Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	12 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La Libertad, 30 de mayo del 2024



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.

Juez Experto
C.I: 0918988312

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Matias Panimboza Christopher Alexander Paucar Illescas Edison Joel	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de preguntas	
Objetivo:	Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena, para el fortalecimiento en el contenido; a través de encuestas y entrevistas.	
Dirigido a:	A funcionarios de la Casa de la Cultura.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Cortez Clavijo Paola Elizabeth	
Documento de Identidad:	0918988312	
Grado Académico:	PhD	
Especialidad:	Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	12 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La Libertad, 30 de mayo del 2024



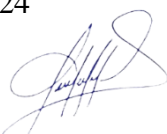
Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.

Juez Experto
C.I: 0918988312

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Matias Panimboza Christopher Alexander Paucar Illescas Edison Joel	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La hipertextualidad y el consumo informativo en las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Matriz de análisis	
Objetivo:	Analizar la hipertextualidad y el consumo informativo de las audiencias de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Santa Elena, para el fortalecimiento en el contenido; a través de encuestas y entrevistas.	
Dirigido a:	A las audiencias de la Casa de la Cultura.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Cortez Clavijo Paola Elizabeth	
Documento de Identidad:	0918988312	
Grado Académico:	PhD	
Especialidad:	Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	12 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La Libertad, 30 de mayo del 2024



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.

Juez Experto
C.I: 0918988312