UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

POTENCIACIÓN DEL PROGRAMA DIGITAL INFORMA TV EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN REPORTAJE SOCIAL

OROZCO PARDO ARIANA CRISTINA
LICENCIADA EN COMUNICACION

CRUZ BARRAGAN ANGIE PATRICIA
LICENCIADA EN COMUNICACION

MACHALA
2021

UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

POTENCIACIÓN DEL PROGRAMA DIGITAL INFORMA TV EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN REPORTAJE SOCIAL

OROZCO PARDO ARIANA CRISTINA
LICENCIADA EN COMUNICACION

CRUZ BARRAGAN ANGIE PATRICIA
LICENCIADA EN COMUNICACION

MACHALA
2021

UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O INTERVENCIÓN

POTENCIACIÓN DEL PROGRAMA DIGITAL INFORMA TV EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN REPORTAJE SOCIAL

OROZCO PARDO ARIANA CRISTINA
LICENCIADA EN COMUNICACION

CRUZ BARRAGAN ANGIE PATRICIA
LICENCIADA EN COMUNICACION

TENEZACA VALLE GORKY RAUL

MACHALA
2021

POTENCIACIÓN DEL PROGRAMA DIGITAL INFORMA TV EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN REPORTAJE SOCIAL.

por Angie Cruz

Fecha de entrega: 20-feb-2022 04:37p.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1766819515
Nombre del archivo: TESIS_CRUZ,_OROZCO.docx (5.16M)
Total de palabras: 17912
Total de caracteres: 99721

POTENCIACIÓN DEL PROGRAMA DIGITAL INFORMA TV EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN REPORTAJE SOCIAL.

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	4%	1%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

1%

★ hdl.handle.net

Fuente de Internet

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 10 words
Excluir bibliografía	Activo		

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, OROZCO PARDO ARIANA CRISTINA y CRUZ BARRAGAN ANGIE PATRICIA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado POTENCIACIÓN DEL PROGRAMA DIGITAL INFORMA TV EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN REPORTAJE SOCIAL, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las dispociones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

OROZCO PARDO ARIANA CRISTINA	**CRUZ BARRAGAN ANGIE PATRICIA**
0750317216	**0706500204**

DEDICATORIA

Es grato dirigirnos mediante esta investigación a quienes se encuentran en el proceso académico, esperando que les sea de aporte. A la vez expresamos lo significativo de esta experiencia que con esfuerzo y perseverancia hemos logrado obtener buenos resultados como profesionales en comunicación.

Se lo dedicamos a Dios, por darnos salud, y permitirnos cumplir este sueño, para nuestros padres que han sido pilar fundamental en nuestro camino, y apoyo constante.

A nuestra familia que ha sido soporte para no rendirnos, y a todas las personas que aportaron a nuestra formación tanto profesional como humana.

Las autoras

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por ser nuestra guía para cumplir con cada objetivo, a nuestros padres por su esfuerzo, apoyo y confiar en nosotros. Al tutor y docentes por enriquecernos con sus enseñanzas y conocimientos, a nuestros compañeros, y personas que confiaron en nuestras destrezas y habilidades para culminar con éxito la investigación.

Las autoras

RESUMEN

La presente investigación se ha abordado en base al tema de potenciación del Programa digital *Informa Tv* en el cantón Huaquillas, el mismo que pertenece al medio digital *Play Studio,* un espacio informativo que ha buscado conectar con la comunidad, trabajado bajo un segmento de participación como son las entrevistas en vivo, y así dar a conocer las necesidades del ciudadano. Sin embargo, es importante impulsar el desarrollo progresivo adaptándose al avance tecnológico, y competitivo en el área digital, brindar contenidos de calidad, más allá de conocer qué le hace falta al programa para cumplir con las expectativas del público, poder implementarlo, puesto que en Huaquillas hay poca credibilidad al dar una noticia en los medios digitales y cuando la difunden cometen plagio. Mientras que la televisión analógica es muy poco vista por el uso actual de la tecnología, es así que la falta de profesionalismo es muy concurrente en los medios digitales y no hay confiabilidad por parte de la audiencia, debido a esta problemática se ha escogido el tema que ayudará a mantener informada a la comunidad con el contenido de forma apropiada. Cabe recalcar que, en el programa existen falencias como la falta de géneros periodísticos, y un horario adecuado a un noticiero, el mismo que ocasiona a la audiencia buscar otros medios digitales para informarse de los acontecimientos. El objetivo principal fue la elaboración de un reportaje social para el mejoramiento del Programa *Informa Tv*, siendo este género periodístico ausente en el informativo. Hacer un reportaje social, tiene la finalidad de mostrar lo que hace falta en nuestro objeto de estudio, lo que se debe tomar en cuenta para potenciarlo, haciendo que esto provoque atención y captación en el mensaje al momento de informar. El enfoque del

reportaje se realizó sobre migración en la frontera, ya que fue una alternativa de mayor interés por la ciudadanía, contenido investigativo que muy poco lo hacen en el cantón Huaquillas. Para lograr identificar las necesidades dentro de un programa, factores que influyen para potenciarlo, se planteó la técnica cualitativa; a través de la revisión bibliográfica, y entrevistas a comunicadores - especialistas con experiencia en programas digitales. Por otro lado, se aplicó la técnica cuantitativa, realizando encuestas a la población huaquillense para conocer las problemáticas desde el punto de vista del televidente, logrando definir que el mejor horario a transmitir es de lunes a viernes durante 3 emisiones (mañana, tarde y noche). Finalmente, se procedió a poner en práctica lo investigado, realizando el reportaje social de investigación en distintos lugares de Huaquillas con el aporte de autoridades, institución privada, especialistas en el tema, extranjeros y ciudadanos, también se crearon flyers para publicitar los cambios que se hicieron dentro del programa, tanto el reportaje, los horarios, la nueva imagen del programa y el tipo de contenido que va a brindar, para luego transmitirlo en vivo dentro del programa *Informa Tv* a través del medio digital *Play Studio*. Para concluir, se ha concretado que en un informativo existe un público diverso y que le atrae temas de investigación en formato reportaje, ya que se ha obtenido un buen alcance en las estadísticas con el anexo de este género periodístico acompañado de un tema relevante, cabe recalcar que el programa continúa con el manejo de entrevistas en vivo.

Palabras clave: Potenciación, contenidos, audiencia, horarios, reportaje social.

ABSTRACT

This research has been addressed based on the issue of empowerment of the Digital Program Informa Tv in the canton Huaquillas, the same that belongs to the digital medium Play Studio, an informative space that has sought to connect with the community, worked under a segment of participation such as live interviews, and thus make known the needs of the citizen. However, it is important to promote progressive development by adapting to technological advancement, and competitive in the digital area, provide quality content, beyond knowing what the program needs to meet the expectations of the public, to be able to implement it, since in Huaquillas there is little credibility when giving a news in the digital media and when they spread it they commit plagiarism. While analog television is very little seen by the current use of technology, it is thus that the lack of professionalism is very concurrent in digital media and there isn't reliability on the part of the audience, due to this problem, the topic that will help keep the community informed with the content in an appropriate way has been chosen. It should be noted that, in the program, there are shortcomings such as the lack of journalistic genres and a schedule appropriate to a newscast, the same one that causes the audience to look for other digital media to be informed of the events. The main objective was the elaboration of a social report for the improvement of the Informa Tv Program, being this journalistic genre absent in the informative. Making a social report has the purpose of showing what is needed in our object of study, what must be taken into account to enhance it, causing this to cause attention and capture in the message at the time of informing. The focus of the report was on migration at the border, since it was an alternative of greater interest to

citizens, investigative content that very little is done in the Huaquillas canton. In order to identify the needs within a program, factors that influence to enhance it, the qualitative technique was proposed; through literature review, and interviews with communicators -specialists with experience in digital programs. On the other hand, the quantitative technique was applied, conducting surveys to the Huaquillense population to know the problems from the point of view of the viewer, managing to define that the best time to broadcast is from Monday to Friday for 3 broadcasts (morning, afternoon and night). Finally, what was investigated was put into practice, carrying out the social investigation report in different places of Huaquillas with the contribution of authorities, private institution, specialists in the subject, foreigners and citizens, flyers were also created to publicize the changes that were they did within the program, both the report, the schedules, the new image of the program and the type of content that it will provide, to later broadcast it live within the Informa Tv program through the Play Studio digital medium. To conclude, it has been confirmed that there is a diverse audience in a news program and that it is attracted to research topics in reportage format, since a good scope has been obtained in the statistics with the annex of this journalistic genre accompanied by a relevant topic, it should be emphasize that the program continues with live interviews.

Keywords: Empowerment, content, audience, schedules, social reporting.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA……1

DEDICATORIA……2

AGRADECIMIENTO…….…..3

RESUMEN……....4

ABSTRACT…….….6

ÍNDICE DE CONTENIDOS……..…7

CAPÍTULO I ……..……..….9

CAPÍTULO II……..18

CAPÍTULO III…….…56

CAPÍTULO IV…….…75

REFERENCIAS……...84

ANEXOS……..90

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO

1.1. Ámbito de estudio: Caracterización

Los medios digitales se han ido introduciendo con el avance de la tecnología, convirtiéndose de gran importancia en las actividades diarias de las personas, teniendo la comodidad de que las personas estén al pendiente de cada situación, ya sea en el ámbito laboral, familiar, académico, círculo social y las novedades que ocurren en cualquier parte del mundo.

> (...) hoy en día cuando las redes sociales han proporcionado nuevas y efectivas fuentes de comunicación y que el internet es la fuente más viable para comunicar, acompañado de la investigación y el contacto más rápido que el periodista de antaño no poseía, este con toda su limitación en la tecnología (Cantos & Cumba, 2018, p. 15).

Con la ayuda del internet, se han modificado las formas de transmitir información en los medios de comunicación; actualmente, *la radio* y *televisión* con formato online permiten dirigirse fácilmente hacia una comunidad y permitiendo al periodista comunicar con su dispositivo móvil.

Caracterizando el objeto de estudio, *Informa Tv*, nace de un fanpage el 19 de Marzo del 2019, brindando información a partir de la redacción tanto en Facebook, como en Instagram. Luego, el 10 de Septiembre del 2020 llega a convertirse en un programa semanal de noticias, entrevistas y debates dentro del medio de comunicación digital *Play Studio*, localizado en el cantón Huaquillas.

Tiene como objetivo informar a la comunidad Huaquillense, a través de ello, se crean espacios de participación, donde la población expone sus necesidades durante las entrevistas realizadas *en vivo*, opinan y también se fomenta la interacción con la audiencia al despejar sus inquietudes.

Así mismo, durante la programación, el televidente tiene la oportunidad de manifestar un próximo tema a tratar en una entrevista, con el objetivo de que la audiencia se sienta parte del programa y de esta forma, ellos recepten aquella confianza de lo que observan o escuchan.

Dentro de la organización del noticiero semanal, está la Directora de noticias, Angie Cruz, quien se encarga del proceso de contenido como; coordinar, crear guiones, agendar entrevistas y debates, también cumple el rol de presentadora junto con Brigitte Pérez informando los hechos.

En la parte de producción, comúnmente se encuentran: Anthony Saldarriaga y Adrián Conde realizando el manejo correcto de efectos, sonido, grabación, diseño de flyers; cabe recalcar que, realizan la parte más complicada y deben estar atentos con cada función que se emplea.

> (...) se han clasificado en tres géneros: El informativo, Interpretativo y el de opinión, los cuales serán usados por el periodista de acuerdo al valor informativo que vea pertinente o si el hecho lo đeterrmina, todo esto con el objetivo de orientar, interpretar y entender al público (Pesántez, 2015, p. 165).

Informa Tv cuenta con los siguientes segmentos dentro de su planificación: En los reportes, se aplica el ámbito Social, Política, Economía, Internacional, Deportes, Datos curiosos y su emisión está comprendida semanalmente, es decir, Sábados 15h00 se desarrolla el programa.

1.2. Hechos de interés

La comunicación digital tomó posesión en el periodismo, ya que permite compartir información actualizada siendo un canal rápido y eficaz para transmitir mensajes con la ayuda de herramientas tecnológicas. También, nos permite tener una buena comunicación interna o externamente de una empresa y se caracteriza por un entorno en evolución, dando como resultado nuevas oportunidades. Tal y como señala Salaverría (2015):

> (...) los propios medios digitales demuestran un carácter cada vez más híbrido. Los estudios sobre convergencia periodística, una de las más fértiles áreas de estudio en los últimos años, han puesto de manifiesto que las lindes entre medios son cada vez más difusas. Por esa razón hay que abrirse a estudios multidisciplinares, que permitan dar cuenta de esas mutuas relaciones, con toda su riqueza y complejidad (p. 226).

Actualmente, los medios digitales son una alternativa para comunicar con facilidad, especialmente en tiempos de pandemia se empezó a tener una gran aceptación debido a que las personas han tenido que permanecer en sus hogares haciendo uso constante de las redes sociales, siendo de utilidad para realizar sus actividades laborales.

Mientras las personas hacen uso de las redes sociales, directamente se encuentran con la información disponible, ya sea por noticieros online o mediante la redacción. Las noticias que se consumen hoy en día, ya no es a través de los medios analógicos, sino que al acceder a las redes sociales ya tenemos la información a la mano y con rapidez.

1.3. Problema de Investigación

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), la provincia de El Oro registró un total de 600.659 habitantes, de los cuales 19.417 han podido acceder a internet. En el cantón Huaquillas se presentó una población de 48.285, donde el 4,2% son reconocidos como Analfabetos digitales en la utilización de las *Tecnologías de información*; internet, teléfono celular, computadora, y televisión por cable.

Conforme a estas cifras es importante señalar que no todos los sectores sitúan con accesibilidad a internet, sobre todo los que se encuentran en un nivel socioeconómico bajo, sin embargo, hoy en día durante la pandemia Covid-19, ha surgido la necesidad en niños, jóvenes, y adultos de continuar con la educación virtual, por ende, ha aumentado el uso de internet, y acceso a plataformas digitales.

Esta investigación está enfocada en el cantón Huaquillas, localidad donde sólo existe un medio de comunicación tradicional; *Tv Oro*, las noticias son emitidas después de un o dos días, por ende comunicadores, periodistas, y aficionados aparecieron con nuevas maneras de informar mediante la difusión de contenido en redes sociales; *Vinces Tv*, *Huaquillas Frontera Sur*, *Infórmate Huaquillas*, *Huaquillas al día*, son algunos de los medios digitales que imparten noticias sin tener una segmentación, e investigación adecuada, recurren a la *brevedad* de informar sucesos para acaparar audiencia, e incluso cometen plagio de noticias.

Play Studio, es un medio digital segmentado, en el que se encuentra el programa de noticias *Informa Tv,* existe escenario, presentadores, las herramientas necesarias, no obstante, hace falta géneros periodísticos de investigación, y un horario definido, ya que es transmitido una vez a la

semana, en ocasiones no sale al aire, esto ha llevado a que no exista mayor interés por parte de la audiencia, ya que dentro del noticiero no mantiene información diaria y contenido como reportajes.

1.4. Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Elaborar un reportaje social para el mejoramiento del Programa *Informa Tv*.

Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades de la audiencia, y su relevancia en un informativo.
- Establecer un género periodístico en el Programa *Informa Tv,* que promueva la intervención de los habitantes del cantón Huaquillas en la construcción de noticias.
- Determinar los horarios de transmisiones en vivo de los noticieros.

1.5. Justificación de la investigación

Desde que la tecnología ha tomado relevancia en la sociedad, se han ido incorporando medios digitales en diversas plataformas, ya que requiere poca inversión económica en la creación de una página a diferencia de un medio de TV. En el cantón Huaquillas se ha visualizado medios digitales que distorsionan la realidad, y se basan en suposiciones según la conveniencia del mismo, por lo tanto, este trabajo de investigación reconoce el uso de un producto audiovisual que permita potenciar el programa digital.

El artículo 384 de la Constitución de la República (Ley Orgánica de Comunicación, s.f.). hace referencia al acceso de frecuencias tanto para radio o televisión en igualdad de condiciones. Cabe recalcar, que los medios digitales de comunicación no están siendo regulados por la ley de

comunicación, por ende no es necesario el uso de frecuencias del espectro radioeléctrico para estos medios online, ya que con la ayuda del internet brinda facilidad de acceder directamente a la información con un solo clic, así mismo permite crear contenidos en plataformas como: Youtube, Facebook, Instagram, entre otras redes, llegando a una audiencia más amplia y sin límites.

Por otro lado, la comunicación digital ayudó a los medios tradicionales a mejorar su estructura comunicativa, con el fin de no perder la audiencia y lograr estar al nivel de los avances tecnológicos. Al respecto, cabe mencionar los aportes, tanto teórico como práctico, de esta investigación, los cuales son:

- *Aporte teórico:* A partir de las entrevistas, y revisión bibliográfica se analizará lo que permite potenciar el programa según las necesidades de la audiencia.
- *Aporte práctico:* Los resultados de esta investigación por medio de encuestas ayudarán a mejorar la forma que emiten los noticieros los periodistas que trabajan dentro del programa "Informa Tv", y que otros medios puedan tener una imagen a seguir, además permitirá enriquecer la audiencia al incluir otro género informativo; reportaje audiovisual, donde se construya periodismo investigativo a partir de la intervención del público, y sus realidades con respecto a un hecho o problema.

1.6. Contextualización del objeto de estudio

El cantón Huaquillas, se encuentra ubicado en el suroeste de la provincia de El Oro, frontera con el vecino país Perú, a una altitud de 11 msnm y con un clima tropical de 25 °C, está integrada por cinco parroquias urbanas; Unión Lojana, Milton Reyes, El Paraíso, Hualtaco, Ecuador. La

principal fuente de ingreso económico es el comercio. Su gente la denomina “Centinela Sin Relevo” por su situación geográfica y sus antecedentes históricos en la defensa de la nación de los conflictos con Perú.

En el censo realizado el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos refleja 48.285 habitantes en total, de los cuales 24.165 son mujeres, y 24.120 hombres. Durante el censo se encontraron grupos vulnerables, entre ellos los adultos mayores, y personas con capacidades especiales quienes presentaban necesidades económicas. No existen datos actuales en el 2021-2022, sin embargo el aumento de población es notorio, incluyendo la llegada de los extranjeros (INEC, s.f.).

Para la presente investigación se eligió este cantón, por ser un lugar con escasa visibilidad de medios de televisión, y medios digitales, enfocados específicamente en potenciar el noticiero semanal *Informa Tv*.

El programa a potenciar es parte del medio digital *Play Studio*, el cual se localiza en la Av. Hualtaco y Primero de Mayo, frente a la torre del parque central *El Algarrobo*. El set de grabación es un sitio ajustado, pero cuenta con los implementos necesarios; trípodes, cámaras, croma, mesa, sillones, y el equipo de trabajo; diseñador que se encarga de flyers, y edición de vídeos, transmisiones en vivo, presentadores en cada programa, quienes se encargan de la búsqueda de contenido, el trabajo que realizan es mancomunado.

Las presentadoras del programa *Informa Tv,* indagan temas actuales, planifican entrevistas con cuatro días de anticipación, preparan guión, y material necesario antes de salir en la transmisión,

durante el programa se emiten comentarios para complementar la nota. El equipo de *Play Studio* maneja la página web, y redes sociales, por lo general la plataforma social *facebook*.

Según Forgione (2019), "más allá del contenido producido en sí, el objetivo del medio es transformarse en una comunidad para los usuarios, donde poder informarse sobre todo lo que es relevante para ellos en cuanto a lo social, político y cultural" (p.16).

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Concepción teórica del diagnóstico

2.1.1. Potenciación

Mediante el constante cambio tecnológico se ha tenido que desarrollar estrategias comunicacionales, permitiendo que esto sea de ayuda para potencializar los medios digitales con herramientas necesarias, nuevas ideas, logrando un realce y calidad en el programa informativo.

> (...) los responsables de innovación de los medios que manifiestan optar por esta vía se muestran satisfechos con los resultados y potenciación adquiridos en el último año sobre todo a través de la consecución de visibilidad y repercusión de contenidos por las redes sociales y la posibilidad de poder analizar esa información de consumo a través de herramientas como Google Analitic (García & López, 2016, p.15).

Sin embargo, con un análisis estadístico sobre la aceptación de la audiencia e interactividad en los contenidos, se puede concretar que el proceso de potencialización ha obtenido buenos o malos resultados desde el momento en que se aplicó hasta la actualidad (García & López, 2016). Tal y como reseña Casero (2018):

> (...) las redes sociales amplían el número y tipo de actores que interactúan y negocian en el campo de la comunicación política. De un escenario marcado, casi exclusivamente, por las relaciones entre periodistas y políticos estamos pasando a un panorama más abierto y descentralizado en el que un mayor número de actores

participan de los intercambios que contribuyen a definir la esfera pública gracias a las plataformas digitales (p. 11).

Cabe recalcar, que la forma de comunicar a la sociedad es importante en la potenciación de un noticiero, ya que el periodista debe conectarse con su público, que su lenguaje sea entendible y que genere credibilidad en lo que se menciona, de esta manera existirá una interacción de la audiencia y confiarán tanto en el programa como en el medio (Casero, 2018).

2.1.2. Comunicación digital

A través del uso del internet los seres humanos han mejorado la forma de comunicarse, con sólo tener un dispositivo móvil, y energía pueden dialogar con otras personas a larga distancia. A pesar de que cuentan con los medios tradicionales como la radio, el periódico, y la televisión, se han adaptado al contenido digital, el cual pueden buscar en el tiempo que deseen, e incluso para el periódico digital resulta beneficioso porque podría modificar algún error, a diferencia del periódico impreso.

Según Andión (2019), "Mark Zuckerberg cuando creó Facebook en 2003, no pensaba en los mass media, sino en las relaciones personales. Pese a esta idea, los periodistas fueron ampliando su presencia en esta red social y otras para amplificar y difundir sus informaciones" (p. 11). Esto quiere decir que con el tiempo se volvió una plataforma popular, utilizada a nivel mundial, por ende a través de la creación de páginas informan los hechos que ocurren en el entorno. (Zurita Andión, 2019).

Además de la utilidad que tienen las redes sociales; Instagram, Twitter, WhatsApp, existen los blogs, sitios web de libros, ideales para los tradicionales lectores, así mismo los sitios web de

noticias, la plataforma de YouTube, entre otros, donde pueden interactuar, y opinar según sus necesidades. De acuerdo con Herbas et al. (2017) "es imposible negar que vivimos en un mundo más globalizado, interconectado y, en la práctica, se han redefinido las formas de producción de mensajes, la organización de elementos que intervienen en la actividad comunicativa y las herramientas digitales utilizadas" (p. 3).

2.1.3. Estructura para programas en medios digitales

Conforme ha transcurrido el tiempo, los medios digitales han actualizado los formatos o estructura de los programas, pero es fundamental tener en cuenta aquellas estrategias de comunicación que se usan o se utilizarán para potenciar al programa, donde el objetivo es diferenciarse ante los demás medios digitales con una planificación de contenidos y las características que debe tener. Según Sánchez (2019):

> (...) una planificación estratégica de los contenidos con principios comunicacionales claros, de redacción y componentes gráficos coherentes a sus valores y objetivos de marca; les permitirá administrar ese canal de comunicación bidireccional, con el que buscan crear mayor relación con sus públicos de interés (p. 6).

Actualmente, el noticiero *InformaTv* se organiza de la siguiente manera: Social, Economía, Política, Internacional y Deportes, cinco segmentos aplicados desde sus inicios. Sin embargo, se plantea una estructuración completa, donde existan más géneros periodísticos y donde se apliquen contenidos audiovisuales para que se pueda captar con mayor facilidad lo que se comunica y es que al potenciarlo, se fortalece la ética profesional, imagen del programa y del medio digital. De acuerdo con Gómez (2015):

> (...) la organización de los contenidos digitales se puede decir que tienen los mismos criterios que la edición de papel. De esta manera los contenidos informativos están clasificados por secciones que corresponden a las del diario impreso: como por ejemplo, Política, Economía, Interés general, Deportes, Policiales y Espectáculos, según el criterio editorial que tiene cada empresa periodística. (p. 5).

Desde la perspectiva de Pedrero & Herrera (2017),"en el actual entorno digital el medio ya no es invisible, ni fugaz ni irreversible, la industria española ha ido afianzando una identidad digital cada vez más reconocible a partir del asentamiento de las emisiones online" (p. 2). A criterio de Mora (2015):

> (...) transformar la información en conocimiento, crear contenidos y comunicarlos en la red, actuando con responsabilidad y valores democráticos construyendo una identidad equilibrada emocionalmente. Además, ayuda a su desarrollo el uso de herramientas digitales para resolver y programar soluciones a problemas planteados, utilizando lenguajes específicos (p. 19).

Cabe recalcar, que una buena programación, genera un orden y es esencial para que funcione correctamente la difusión del mensaje, que no sólo se quede en información, sino que esta sea entendida, donde se realicen contenidos o segmentos que enganchen y capten la atención del espectador, para luego proceder a las emisiones diarias informando con responsabilidad.

2.1.4. Cantón Huaquillas: acceso a Internet y medios digitales

El nombre Huaquillas, proviene de las Huacas, *montículos de tierra* o también conocidas como *tumbas ancestrales* donde los indios sepultaban a sus muertos, junto con oro y demás

pertenencias, un lugar que formaba parte del cantón Santa Rosa, dedicado en sus inicios a la agricultura, y ganadería, tiempo después descubrieron la siembra de tabaco, para tener recursos pedían préstamos, y vendían el producto en la ciudad de Guayaquil (GAD Huaquillas, s.f.).

De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Huaquillas (2015), en el período del ex presidente Jaime Roldos se reconoció a Huaquillas como cantón, su decreto se estableció el 6 de octubre de 1980, perteneciendo a la provincia de El Oro. A partir del año 1953 surgió el comercio en este sector fronterizo, intercambiando guineo, naranjas, piñas y productos textiles con el vecino país Perú, así mismo en 1958 tomó relevancia el cambio de moneda de *sucre a sol o viceversa.*

Sin embargo en la actualidad la principal fuente de ingreso es el comercio, la ciudad cuenta con un sin número de locales dedicados a la venta de ropa, electrodomésticos, fábricas pequeñas de calzado, y sábanas, ladrilleras, además puestos de frutas, comida, etc.

El internet es un factor que se ha vuelto indispensable en nuestra cotidianidad, para comunicarse con personal del trabajo, amigos o compañeros de estudio, y aparición de redes sociales. La tasa de analfabetismo de los huaquillenses representa el 4,2%, los hombres con el 3,70%, y las mujeres el 4,60%. (INEC, s.f.). Cabe recalcar, que por medio de la energía eléctrica podemos usar electrodomésticos en el hogar; *lavadora, tv, licuadora, cocina, etc.,* aparatos electrónicos; *impresora, teléfono móvil-convencional,* iluminación, así mismo en los hospitales donde se debe evitar fallos eléctricos, debido a las emergencias que se presentan.

En un censo realizado en el 2010 se evidenció la existencia de 3´748.919 hogares a nivel nacional que utilizan fuentes de energía renovable, dentro de la provincia de El Oro 159.016

hogares, y en el cantón Huaquillas 8.317 con disponibilidad del servicio (INEC, s.f.). Según el diario El Telégrafo (2018) “el uso de procesadores, centrales de almacenamiento, equipos de enfriamiento, entre otros aparatos, convierte a las telecomunicaciones en el sector que más energía consume en el país”.

Según Estado Digital Ecuador (s.f.)., “el 33% de usuarios digitales en Ecuador está concentrado en Quito y Guayaquil, el 63% del total son mayores de 24 años que registran el 92% de ingreso e interacción en redes sociales vía dispositivos móviles”. Dentro de la audiencia digital en el país, hasta el mes de enero de 2020 la capital del Ecuador Quito, representó un 14%, y la ciudad de Guayaquil un 19%, considerándose una de las ciudades más pobladas y con mayor porcentaje de usuarios que cuentan con la red social facebook, mientras que Machala representaba el 2%, y Huaquillas entre el 1%.

En el cantón Huaquillas existe *Tv Oro Huaquillas*, el único medio de comunicación visualizado por el canal 2, utilizan las redes sociales; Facebook con 2.814 seguidores, Instagram con 985 seguidores, YouTube con 13.300 suscriptores, sin embargo las publicaciones no son atractivas para el espectador, debido a que manejan mayor inversión en otras herramientas por ser un medio tradicional.

Así mismo están los medios digitales creados para publicar información de manera rápida; como es *Vinces Tv Informativo,* tiene gran cantidad de audiencia a nivel provincial en su red social facebook con 45.439 seguidores, las transmisiones en vivo en algunas ocasiones sobrepasan las 600 reacciones, esta audiencia se ha mantenido debido al *contenido delicado* o *morbo* que se genera, en la mayoría de usuarios es mal visto, comentan la inconformidad, y falta de

profesionalismo por parte del medio, además algunas publicaciones se emiten incompletas, y con faltas de ortografía en las redacciones.

Por otro lado, está el medio digital *Play Studio*, utiliza un fan page donde publica las transmisiones de los noticieros, y programas de entretenimiento. En Facebook tiene 7 mil seguidores, el cual es manejado frecuentemente, Instagram tiene 435, pero no le dan uso. Además no tienen segmentos o programas específicos que puedan conservar a largo plazo, entre los más vistos está *Conectados*, que se emite en horas de la noche como programa de entretenimiento con artistas, y emprendedores, *Informa Tv*, donde imparten información semanal los días sábados, y en algunas ocasiones entrevistas, sin embargo por el momento no está al aire el programa.

2.2. Descripción del ciclo diagnóstico

Es importante la elaboración de una investigación, para dar solución a una problemática, aplicando técnicas y métodos como: entrevistas, y revisión bibliográfica. Esta metodología de investigación permite certificar la información y aborda datos necesarios que sirven de ayuda para alcanzar ciertos objetivos. Para la recopilación de información del tema se ha tomado en consideración la revisión bibliográfica y relacionar las fuentes con el objeto de estudio. Mediante las entrevistas, se puede comprobar la estructura adecuada que debe tener un programa informativo y desarrollar una propuesta para mejorar el estilo de comunicar.

Las técnicas cualitativas han sido criticadas por falta de objetividad, sin embargo en la actualidad se han fortalecido mediante la observación, grupos nominales, o focales, entrevistas a profundidad, revisión documental, taller investigativo, entre otras, permitiendo que cada proceso

sea considerado como la obtención de información científica (Sánchez, Fernández & Diaz, 2021)

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación para el diagnóstico

Para el presente trabajo en cuanto a la metodología utilizada se aplicó técnicas cualitativas y cuantitativas que permiten recopilar información que aporte a nuestro estudio, desde la visión de expertos, profesionales, o apasionados de la producción de contenido a través de las plataformas sociales. En la técnica cualitativa se empleó lo siguiente:

2.3.1. Entrevistas

Un mecanismo para conectar con el público conocedor del tema, generalmente es usada por su característica de retroalimentación, en el momento que aplica la pregunta, pueden surgir más y tener una información detallada y precisa, se pueden realizar como entrevista cara a cara o vía online. Las entrevistas realizadas fueron dirigidas hacia los profesionales y aficionados en el ámbito periodístico, que a través de sus experiencias y conocimientos aportan en la construcción de ideas y soluciones que ayudarán a dar una mejor presentación en la producción de contenidos. A criterio de Bertomeu (2016):

> (...) el principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio (p. 2).

2.3.2. Revisión Bibliográfica

Son instrumentos de búsqueda específicos donde podemos encontrar información, artículos de postgrado, artículos científicos, etc. A través de bases de datos obteniendo argumentos de expertos en el tema que fundamenten los criterios y conceptos claves de una estructura en un programa digital. Según Codina (2020), "las funciones de las revisiones bibliográficas proporcionan el marco teórico y metodológico necesario para afrontar nuevas investigaciones" (p. 3). Esto quiere decir que nosotros como creadores de nuevas investigaciones buscamos temas similares a los nuestros para evitar caer en repeticiones, pero somos capaces de interpretar el contenido y utilizar líneas propias (Codina, 2020).

2.3.3. Encuesta

Se escoge el grupo de personas dependiendo de los objetivos de investigación, procede a elaborar un pre-test añadiendo preguntas de cajón, para modificar a tiempo las preguntas, luego se plantea la encuesta de manera presencial o virtual, con preguntas cerradas, abiertas, o ambas, finalmente se tabula y analiza resultados. A criterio de Jorge Díaz (2017), "aplicadas como una técnica que utiliza un cuestionario con diversos tipos de preguntas con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre características objetivas y subjetivas de la población" (p. 5)

2.4. Resultados del diagnóstico

2.4.1 Entrevistas

En lo que concierne a cumplir los objetivos planteados en el desarrollo de este trabajo, se realizó entrevistas presenciales, y online a nueve comunicadores profesionales con experiencia en

medios digitales del cantón Huaquillas, quiénes administran páginas de información en redes sociales (ver Tabla 1):

Tabla 1.

Periodistas entrevistados de Huaquillas

Entrevistado	Ciudad	Medio
Sr.Vicente Fárez	Huaquillas	Radio y Televisión Génesis
Sr. José Vinces	Huaquillas	Vinces Tv
Lcda. Briggite Romero	Huaquillas	Radio y Televisión Génesis
Lcda. Tatiana Saltos	Huaquillas	Radio y Televisión Génesis
Lcda. Briggite Pérez	Huaquillas	KNoticias
Lcdo.Alexander Saldarriaga	Huaquillas	Playtv
Lcda. Tatiana Sandoval	Huaquillas	Mediafacs Deporte
Lcdo. Raymond Maldonado	Huaquillas	GAD Municipal Huaquillas
Sra. Cecibel Arevalo	Huaquillas	La Prole

Fuente: elaboración propia.

Por medio de un banco de preguntas efectuado a los profesionales, se identificó los géneros periodísticos que hacen falta implementar en los medios digitales, y técnicas para construir programas valorativos (ver Tabla 2-3):

Tabla 2.

Matriz de entrevista

Panel de Entrevistados			
Fuentes de información	**Entrevistados**	**Objetivo**	**Preguntas**
● Comunicadores, periodistas y especialistas en el manejo de plataformas digitales.	Vicente Fárez	● Establecer géneros periodísticos que promuevan la intervención de los habitantes del cantón Huaquillas en la recopilación de noticias para el Programa *Informa Tv.* ● Determinar los horarios de transmisiones en vivo de los noticieros y entrevistas.	● ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico y en qué medios ha trabajado? ● ¿Qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales? ● ¿Qué impacto tienen los medios digitales en Huaquillas? ● ¿Se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas? ● ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada? ● ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital? ● ¿Qué géneros periodísticos son útiles en un programa digital de noticias? ● ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales? ● ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?
	José Vinces		
	Briggite Romero		
	Tatiana Saltos		
	Briggite Pérez		
	Alexander Saldarriaga		
	Tatiana Sandoval		
	Raymond Maldonado		
	Cecibel Arevalo		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3.

Perspectiva de los entrevistados

Entrevistado: Sr. Vicente Fárez - Radio y Televisión Génesis	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	20 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Radio y Televisión Génesis
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Las redes sociales son beneficiosas para hacer el bien, ayudar. Pero en cierta parte hacen uso para denigrar.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	Los medios digitales tienen un buen impacto porque influyen en lo que observan o escuchan.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No se está haciendo buen uso porque lanzan noticias falsas.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Debe haber una ley para que estén sujetos a hacer lo correcto, así como los medios tradicionales.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Se necesita planificar la idea, segmentos y preparación.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	Hacer periodismo comunitario, social.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Apto para todo público: Noticias, música.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	En la mañana 6:00 am

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Sr. José Vinces -Vinces TV	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	10 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Medios impresos, radio y actualmente en el medio digital Vinces Tv.
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Las redes sociales son beneficiosas al brindar apoyo a las personas que buscan los medios y tratando de que la información sea oportuna y no perjudicial, hay que saber usarlas correctamente.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	El impacto es bueno debido a la rapidez de la información en los medios digitales, pero siempre que sea un dato real, en comparación a los tradicionales se necesita tener una radio, televisión, pero hoy en día todos tienen un celular a la mano y tienen redes sociales donde se pueden informar fácilmente.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No todos están haciendo buen uso de las plataformas, en ocasiones hacen suposiciones y lo ideal es llegar a la fuente e investigar y dar una información real.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Brindar un buen contenido a los seguidores, tratar de hacer lo mejor, trabajar con la comunidad.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Se necesita preparación para ejercer este tipo de trabajo, porque a veces no hay un conocimiento y el programa cae en suposiciones.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	trabajar con la comunidad, social.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Se debería aplicar todo tipo de contenido como: educativo, noticias.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	En la mañana, tarde y noche.

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Lcda. Briggite Romero - Radio y Televisión Génesis	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	1 año
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Radio y Televisión Génesis
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Dependiendo de como las usen. Son beneficiosas porque se ha visto cómo se potencializa la información y se convierte en multidireccional, permite que se pueda conectar con situaciones lejanas. En la parte negativa, se tergiversa la información cuando quieren dar una primicia. Hay que saber utilizarlas.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	A nivel local tienen buen impacto pero la gente confía mucho en las redes sociales y terminan creyendo en suposiciones de quienes asumen la labor periodística y no lo hacen de buena forma.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No se hace buen uso de los medios digitales porque no hay profesionalismo, no hay ese conocimiento para dar una información, la utilizan para mentir, para sobornar. Quizás si se haga un buen uso en las actividades sociales.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Le hace falta un poco más de control en ciertos temas sensibles que no deberían postearse.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Ser responsable con lo que se va a realizar y compromiso con la audiencia.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	Social, opinión.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Contenido educativo, entretenimiento, se puede hacer estos dos puntos a la vez en un medio o programa digital. También, el contenido ambiental, turístico.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	En la mañana

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Lcda. Tatiana Saltos - Radio y Televisión Génesis	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	10 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Radio y Televisión Génesis / Tv Oro
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Beneficiosas porque la información es inmediata, lo perjudicial o negativo es la desinformación y no hay responsabilidad en lo que se escribe.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	Las redes sociales ayudan a levantar la opinión pública e influyen.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	La gente ha tomado conciencia en el tema de la información y ha tomado en cuenta que la información sea verificada. Sin embargo, aún existen aquellos que se crean perfiles falsos para generar desinformación.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Un guión para los segmentos y tener un orden.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Planificar y construir las ideas para luego desarrollarlo.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	La entrevista y opinión.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Que llame la atención.
10. ¿Qué horarios son adecuados?	En la mañana y noche.

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Lcda. Briggite Pérez - Knoticias	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	2 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Ha realizado sus prácticas en medios digitales, medio impreso y en el área Institucional,pero actualmente trabaja en K noticias.
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Las redes sociales son beneficiosas cuando se ayuda a la ciudadanía, pero tiene sus contras como las noticias falsas y esto hace ver a las redes de forma negativa.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	Existen medios digitales donde hacen periodismo dependiente e independiente y la labor que suelen hacer es que reflejan las cosas de manera negativa, la prensa amarillista.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No se hace buen uso, en algunas ocasiones dentro el periodismo dependiente se realizan con los lineamientos correctos, pero en sus páginas propias o perfiles personales se observa todo lo contrario, las inclinaciones hacia algún partido político, entre otras cosas.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Existen pocos periodistas en la localidad y la preparación repercute también en la imagen y la forma de llevar un programa o medio digital.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Tiene que tener su estructura clara y ser perseverante porque a veces lanzan un programa y sería bueno que se vea no solo en la localidad, sino en otros lugares, dentro y fuera del país.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	Género de Opinión, es más cercano a la audiencia.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Contenido sobre el comercio, turismo y opinión.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	Lunes a Viernes: 12h00-13:00 pm

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Lcdo. Alexander Saldarriaga - PlayTv	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	5 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	La Prole, Vinces Tv y actualmente en Play Tv
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Dependiendo de cómo sean utilizadas, ya sea por el bienestar de alguien o desinformar a la gente.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	Tienen un gran impacto porque actualmente la mayor parte de la población usan las redes sociales y se encuentran siempre conectados con la información.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No están haciendo buen uso de los medios digitales, los personajes que están desempeñando la comunicación no están preparados y no mejoran los contenidos, utilizan estrategias como el morbo para alcanzar seguidores.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Les hace falta educarse desde el ámbito de la comunicación para poder ofrecer un producto de calidad.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Se necesita estructurarlo de acuerdo a la idea, planificar cómo se va a desarrollar de principio, medio y final.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	Social, cultural.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Contenido cultural y educativo es lo más esencial.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	Son más escuchados en horario de: 7:00 am; 12:00 am y 6:00pm -7:00 pm

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Lcda. Tatiana Sandoval -Mediafacs Deporte	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	10 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Radio Punto Clave, Diario Correo, Diario Nacional, Tv Oro, Mediafacs Deportes.
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Las redes sociales son parte de nuestra vida, por eso debemos aprovecharlas a través de una comunicación responsable.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	Aquí falta línea gráfica, diseño gráfico, veo las ganas de que quieren producir un producto, pero son medios que siguen una línea que manejan otros medios.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No, de hecho en las fotografías que suben no tiene un tratamiento, es decir no son analizadas, todo informa, las fotos también. La ortografía tampoco es usada de manera correcta.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Formar un equipo con profesionales en diferentes áreas, eso hace un equipo enriquecedor, no será sólo una persona haciendo todo, por lo tanto podrían subir más contenido. Siento que falta ser irreverentes, y cuestionadores, para definir un formato de cómo queremos contar una noticia.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Por ejemplo en el programa Mediafacs tenemos un equipo de producción, diseñadores gráficos, un apuntador de las transmisiones en vivo, previamente alguien nos comparte el guión para saber cómo empezar, continuar y terminar.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	La crónica, considero que es importante, quizá en ese momento no te cuenta la historia al instante, pero te ayuda para hacer una línea de tiempo y luego usar la información, me gustaría un espacio de crónica que nos permita recordar hechos importantes del Ecuador. La noticia desarrollada de manera completa.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Por ejemplo el tema de derechos, corrupción, seguridad ciudadana, las personas desconocen el origen de los problemas sociales, se debe hacer noticias desde la investigación.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	Cómo Huaquillas es comercial, en la mañana también les gustaría escuchar mientras trabajan, por eso es

	importante usar los podcast y subir a las web, en la tarde y noche también es recomendable.

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Lcdo. Raymond Maldonado - GAD Municipal Huaquillas	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	8 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Realizó sus prácticas en Telégrafo, Teleamazonas, TC. Laboró en Radio Génesis y actualmente, trabaja en GAD Municipal Huaquillas
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Tiene sus pro y contras, a través de las redes sociales todos pueden expresar sus opiniones o criterios, pero así mismo son fuentes no verificadas.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	Tienen un alto impacto, ya que con la pandemia ya no hacen uso frecuente del televisor, radio o periódico. Ahora directamente visitan una página
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No se está haciendo buen uso porque las personas que están haciendo comunicación en el cantón, no tienen una formación profesional, a veces hasta piden dinero a cambio de no subir una información, esto es una extorsión.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	La formación profesional, un guión.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Herramientas necesarias, cuentas de redes sociales, estar al pie de la noticia.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	Entrevistas, reportajes.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	Reportaje de Investigación, política, cultura.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	En la mañana 6:00am En la tarde 12h00-13:00 pm

Fuente: elaboración propia.

Entrevistado: Sra. Cecibel Arevalo - La Prole	
Preguntas	**Respuestas**
1. ¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?	10 años
2. ¿En qué medios ha trabajado?	Radio Génesis, Vinces Tv, La Prole
3. Desde su perspectiva, ¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?	Las redes sociales son buenas herramientas para quien aprende a usarlas sin perjudicar a otra persona.
4. ¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?	Un impacto bajo debido a que no utilizan un diseño gráfico que sea reconocido, aceptado y llamativo para la audiencia a diferencia de otros medios que se manejan en otras ciudades.
5. ¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?	No, en Huaquillas no manejan un buen equipo periodístico, no coordinan entrevistas antes de ir al lugar, y utilizan su propio diseño gráfico en las plataformas.
6. ¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?	Organizar, y asignar tareas a cada integrante del medio según sus capacidades, si es bueno en redacción debe ir ahí, o si es bueno en diseño, dejarlo en esa área.
7. ¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?	Los implementos de comunicación; espacio sin interferencias-ruido, cámaras, trípode, equipo periodístico, guiones.
8. ¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?	Las entrevistas, de hecho manejamos un programa denominado “Entrevistados”, este no es emitido a diario, pero nos damos cuenta que existe mayor cercanía con la ciudadanía.
9. ¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?	De investigación, en el cantón hace falta que los periodistas salgan a indagar más de una sola fuente, claro que eso requiere de mayor tiempo y dinero, por eso casi nadie lo hace.
10. ¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?	En un programa digital considero que a las 6:30 se podría emitir el primer noticiero, y luego en la tarde.

Fuente: elaboración propia.

2.4.2. Análisis e interpretación de las entrevistas

Para llevar a efecto las entrevistas a diferentes especialistas inmersos en el ámbito periodístico, se ha elaborado un banco de preguntas, las mismas que se han realizado de manera presencial y virtual, con la finalidad de obtener diversas percepciones en base a sus experiencias. Donde los especialistas en el tema afirman que han tenido la oportunidad de hacer periodismo en medios tradicionales, pero con el impacto de las redes sociales han aprovechado la tecnología para hacer periodismo independiente, creando sus propios medios digitales y seguir informando.

Según Vicente Fárez, director del medio *Radio Génesis*; el cuál actualmente es transmitido a través de la plataforma de facebook, con noticieros en vivo, y entrevistas pregrabadas, enfatizó que antes de crear un programa dentro de un medio el periodista debe estar capacitado, y empezar a planificar, elegir segmentos y trabajar con ética. Uno de los horarios que prefiere para emitir noticias es 6:00 a.m.

Así mismo José Vinces, periodista del medio digital *Vinces Tv,* donde emite noticias en vivo, noticiero en la tarde, y redacciones, considera que para ejercer en medios digitales se necesita tener preparación, para evitar caer en suposiciones, y el contenido que considera importante es el ámbito social, ayudas comunitarias. El horario que considera medible, es en la mañana, tarde, y noche.

Por otro lado Briggite Romero expresó la responsabilidad que deben tener al realizar las noticias, y saber que existe compromiso con la ciudadanía de informar con veracidad, elige la opinión como género periodístico útil, y el contenido a tener en consideración en los medios es

ambiental, debido a que desconocen el daño que ocasiona el ser humano al planeta. El horario cree que tendría acogida en la mañana.

De igual forma Tatiana Saltos, comunicadora del medio *Tv Oro*, mencionó la falta de veracidad en algunos medios, y la desinformación que emiten por perfiles falsos, uno de los géneros periodísticos es la opinión, de que el ciudadano pueda expresar su forma de pensar. Y el contenido que le gustaría observar es el tema cultural. En horario de mañana, y noche.

Además Briggite Perez, comunicadora del medio digital *KNoticias*, quiso recalcar la falta de periodistas con preparación académica en Huaquillas, y que los medios deben mantener una estructura clara, y manejada con tiempo, también se inclina por el género de opinión, porque acerca a la audiencia. Le gustaría ver contenido sobre el sector comercial, y turístico. Horario del mediodía.

En ese mismo contexto Alexander Saldarriaga, comunicador del medio digital *Play Studio* piensa que está haciendo falta que el equipo de los medios se eduquen en espacios de comunicación, diseño y demás, además que planifiquen desde la idea, tener un plan de comunicación de su programa. Le interesaría contenido cultural y educativo, los horarios más escuchados son en la mañana, al mediodía y a las 18H00 o 19H00 p.m.

Es necesario resaltar que Tatiana Sandoval, comunicadora del programa digital Mediafacs, manifestó que debe un medio mantener un equipo de producción completo, con diseñadores, redactores, camarógrafos, etc. y tener un guión establecido antes de cada programa, ella considera importante que realicen crónicas en el cantón, y la ciudadanía recuerde hechos e

historia no sólo del cantón, sino del país. Por ser un sector comercial el horario sería en la mañana.

Dentro de este marco Raymond Maldonado, comunicador de la plataforma digital GAD Municipal Huaquillas sigue el mismo pensar de otros periodistas, de que en Huaquillas hay personas que dirigen medios, pero no tienen una formación profesional, e incluso extorsionan a las personas para no subir alguna publicación. Para él es necesario reportajes de investigación, y temas de política, para emitir un programa considera un horario en la mañana y tarde. Mientras tanto Cecibel Arevalo, periodista del medio digital *La Prole* considera esencial el género periodístico de entrevistas, debido a que existe mayor cercanía con la ciudadanía, y que hace falta contenido de investigación. El programa podría ser a las 6:30 de la mañana su primera emisión, luego en la tarde.

2.4.3. Revisión Bibliográfica

En base a la información recopilada en revistas de buscadores académicos se elaboró la siguiente matriz de artículos (ver Tabla 4):

Tabla 4.

Matriz de revisión bibliográfica

Base de datos	**Revista**	**Palabras de búsqueda**	**Título del artículo**	**Autores**	**Año**	**Enlace**
Google Scholar	Revista Ciencias Sociales y Económicas	Comunicación Digital	El Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital.	Jarwin Cantos García Erik Cumba Castro	2018	https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/269/265

Página web	Ley Orgánica de comunicación	Frecuencias de radio y televisión	Artículo 384 de la Constitución de la República	Ley Orgánica de comunicación	2019	https://bit.ly/3Btei3b
Página web	Instituto Nacional de Estadística y Censos.	Población Huaquillas	Población y Demografía	Instituto Nacional de Estadística y Censos.	2010	https://bit.ly/3hUkIk0
Google Scholar	Estudios sobre el Mensaje Periodístico	Comunicación digital	El" engagement" y las nuevas narrativas en el diseño de la comunicación digital.	Zurita Andión	2019	https://bit.ly/38jEGz0
Google Scholar	Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana	Noticieros por televisión	Redacción de un manual de funciones que cumple el jefe de información de un canal de televisión.	Pesántez Chalco Denis Marcelo	2015	https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/8287
Latindex	El profesional de la información	Planificación de medios	Nuevos medios y empresas innovadoras. El caso de las agencias de medios.	Natalia Papí-Gálvez	2015	https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2015.may.10/19980
Google Scholar	Nuevos Medios	Medios, Internet	Ideas para renovar la investigación sobre medios digitales.	Ramón Salaverría	2015	https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/issue/view/2083/4

Google Scholar	Caribeña de Ciencias Sociales.	Canales, comunicación digital	Importancia de los canales de comunicación digital para los turistas millennials. Caso Guayaquil–Ecuador.	Cecilia Herbas Mariela Pinos Erika Yanchaguano Cindy Miranda	2017	https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/millennials.html
Página web	GAD Huaquillas	Huaquillas, comercio, historia	Historia de Huaquillas	Alcaldía Huaquillas	2019	https://huaquillas.gob.ec/site/historia-de-huaquillas/
Google Scholar	ZER	Redes sociales, periodismo digital	Las redes sociales como herramienta de distribución on line de la oferta informativa en los medios de España y Portugal.	Berta García Orosa Xosé López García	2016	https://addi.ehu.es/handle/10810/41217
Google Scholar	Profesional de la Información	Medios digitales, Plataformas digitales, redes sociales.	Investigación sobre información política y redes sociales: puntos clave y retos de futuro.	Andreu Casero-Ripollés	2018	https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/67489/40844
Google Scholar	IES Aguadulce	Programación comunicación	Tecnologías de la información y la comunicación	D. Javier Cerezuela Mora	2015	http://www.iesaguadulce.es/gestiona/datos/programaciones/BACH_2/TIC_78535875/201

						7_18/programacion_887935.pdf
Periódico digital	El Telégrafo	Electricidad en ecuador.	Telecomunicaciones es el sector de mayor consumo de electricidad en el país.	El Telégrafo	2018	https://bit.ly/3xp3Eap
Blog	Estado Digital Ecuador	Internet en Ecuador, internet en El Oro.	Estado digital Ecuador 2020 - estadísticas digitales actualizadas.	Estado Digital Ecuador	2020	https://blog.formacionongerencial.com/estadodigitalecuador2020/
Google Scholar	Revista Actas de Periodismo y Comunicación; vol. 1, no. 1	Estructura en tv. Medios digitales.	Construcción de la noticia en medios digitales	Laura Gómez	2015	https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/2955/2551
Google Scholar	Razón y Palabra	Contenido y estructura de medio digital.	Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto analógico y digital.	Alex Hernán Mullo López Hernán Antonio Yaguana Romero Lorena Catherine Alvarez Garzón	2017	https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1048/1034

Google Scholar	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Estructura para medio digital	Implementación de un plan de negocios por el cual las pymes y mypes logren ponderar lo importante del marketing digital dentro de su estructura fundamental, con la finalidad de mejorar su competitividad y desempeño en la era digital.	Abe Chávez Alejandro Manuel	2016	https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621356/MBA%20Alejandro%20Abe%20Ch%c3%a1vez%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Redalyc	Revista latina de comunicación social	Periodismo, digital, multimedia	Los cien primeros días de El Español. Análisis de la estructura y los contenidos en los inicios del diario digital.	Miguel Angel Arco Bravo Juan Yunquera Nieto Félix Pérez Bahón	2016	https://www.redalyc.org/pdf/819/81943468028.pdf
Google Scholar	Corporación Universitaria Lasallista	Formatos digitales Contenidos digitales	Manual de estilo para la gestión de contenidos digitales del blog de la marca Vélez	Juan Sánchez	2019	http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2520/1/ManualDeEstilo_contenidos_digitales_blog.pdf
Google Scholar	El profesional de la información	Noticias	La notificación push como estrategia informativa de la radio en el entorno digital.	Luis Pedrero Susana Herrera	2017	https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/vi

						ew/epi.2017.nov.09/37049
Google Scholar	*Revista ORL*	revisión bibliográfica	Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas	Lluís Codina	2020	https://scielo.isciii.es/pdf/orl/v11n2/2444-7986-orl-11-02-139.pdf
Google Scholar	UDG Virtual	Observación directa	Métodos de recolección de datos para una investigación	Torres, Mariela Paz, Karim Salazar, Federico G.	2019	http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/2817
Google Scholar	INNOVA	Encuesta virtual	Edmodo como Herramienta Virtual de Aprendizaje	Jorge Enrique Díaz	2017	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6183849
Google Scholar	Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona	Entrevista	La entrevista	Pilar Folgueiras Bertomeu	2016	http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/99003
Google Scholar	Repositorio digital San Andrés	Medio digital	Un nuevo medio digital	Forgione Facundo	2019	https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/ha

						ndle/10908/16837

Fuente: elaboración propia.

2.4.4. Análisis e interpretación de las revisiones bibliográficas

Para contextualizar el objeto de estudio se ha realizado una revisión bibliográfica, en el que se utilizó 25 artículos científicos, los mismos que fueron útiles para desarrollar el diagnóstico, cada cita bibliográfica fue necesaria para entender explícitamente lo que se quiere conseguir. De esta forma se logró recopilar información entre varias fuentes y concretarlas junto con las afirmaciones de los especialistas. Estas revisiones bibliográficas dieron como resultado que es importante una correcta programación de contenidos para brindar calidad en la información, debido a que los medios digitales son el impacto actual en la sociedad y esto permite que a través de la tecnología se comunique a diversas comunidades o públicos.

También, cómo manejar la estructura del programa, refiriéndose a los horarios, los segmentos, la organización para que exista una cronología. Por otro lado, se entendió que hay que verificar la información mediante fuentes principales, no solamente de un medio sino de varios y para hacer un programa informativo, es primordial hacer periodismo para luego emitirla con responsabilidad y la importancia de aplicar el género de opinión como base para conocer las diferentes realidades y ser canales que aportan a la comunidad.

2.4.5. Encuestas

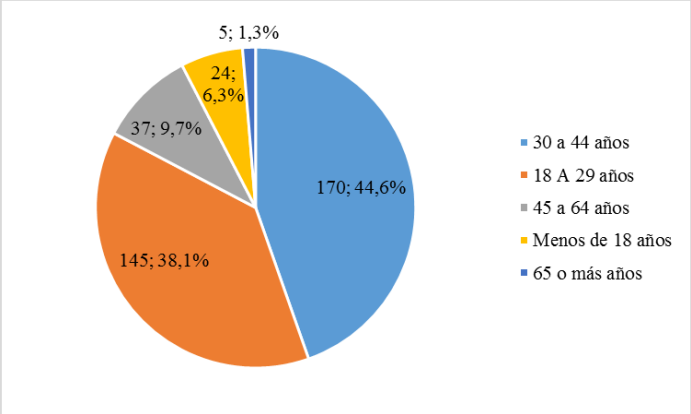
Una vez realizadas las encuestas a la población huaquillense, se procedió al análisis estadístico de los resultados obtenidos en el diagnóstico. La muestra está representada de acuerdo a la población huaquillense registrada en el Consejo Nacional Electoral, CNE (2021), la cual consta

de 48.285 habitantes, realizando un muestreo de 381 es la cantidad a quienes se les aplicó la encuesta, con un nivel de confianza de 95%, y margen de error del 5%.

2.4.6. Análisis e interpretación de las encuestas

Figura 1.

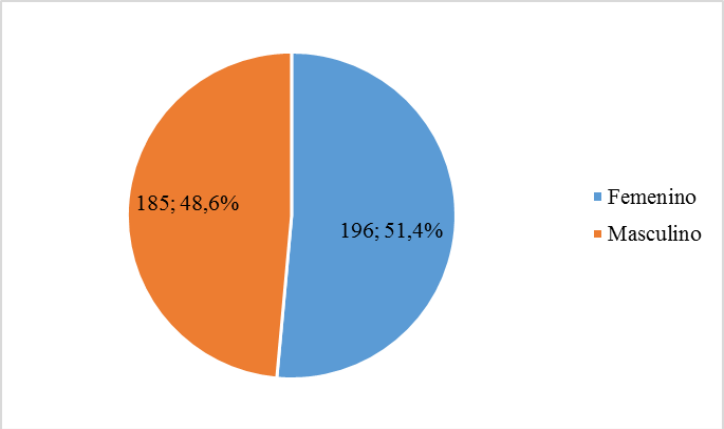
Edad de encuestados



Para identificar las edades de las personas encuestadas, segùn las opciones presentadas, se ha añadido a todos los grupos de edades desde menores de 18 años, hasta adultos mayores de 65 en adelante, y en los resultados demuestra que el 44,6% son de 30 a 44 años quienes se mantienen informados a través de redes sociales, seguidamente un 38,1% de 18 a 29 años, un 9,7% de 45 a 64 años, con un menor porcentaje de 6,3% las personas menores de 18 años, y con un mínimo de 1,3% a los generaciòn x de 65 años o más.

Figura 2.

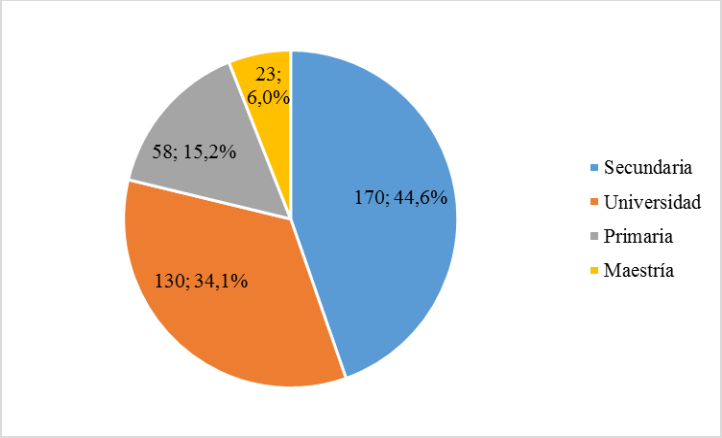
Género de los encuestados



De los encuestados el 51,4% corresponde al género femenino, siendo así que representan el mayor número de población, y a la vez quienes más consumen contenido digital, y con un 48,6% el género masculino.

Figura 3.

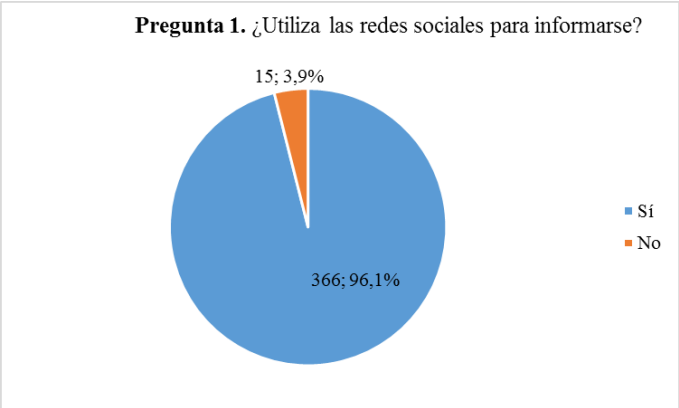
Nivel de estudio



En lo que concierne al nivel de estudio, el 44,6% han cursado secundaria, quienes tienen su especialización o están estudiando en la universidad corresponden al 34,1%, seguidamente con un 15,2% en primaria, y con maestría un 6,0. Por lo que se considera a la población con un nivel de estudio bajo.

Figura 4.

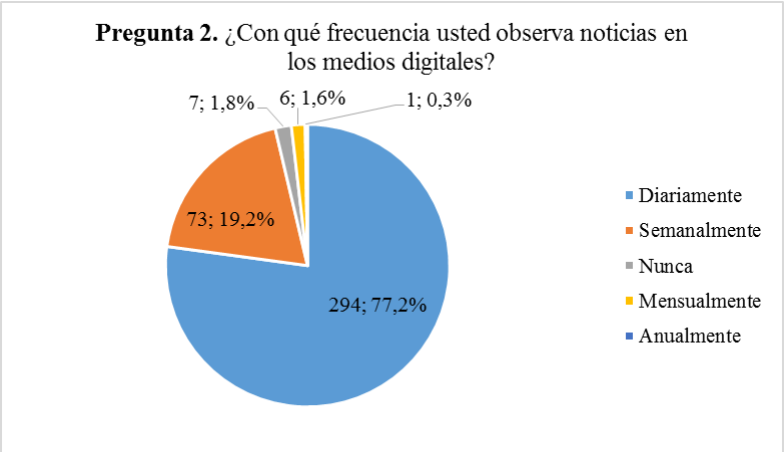
Redes sociales



El 96,1% utiliza las redes sociales, entre sus respuestas, las mantienen para comunicarse con sus familiares, o amigos, informarse, compartir su día a día, o por ocio, y el mínimo 3,9% aquellos que no se informan a través de redes sociales, se llega a deducir que son los adultos mayores que desconocen cómo acceder a la información en internet.

Figura 5.

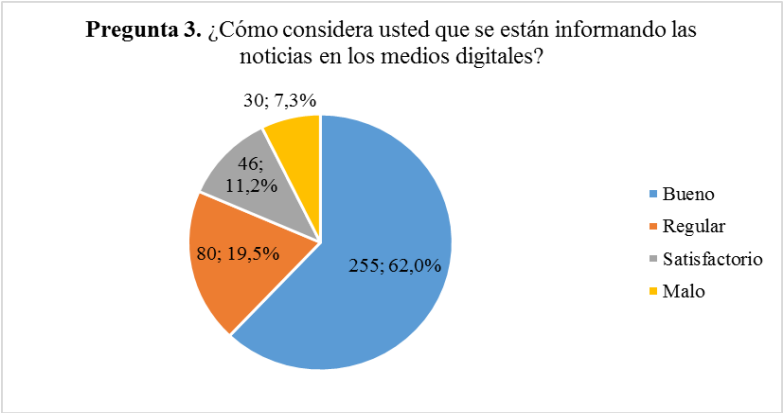
Observar noticias



Aquellos que acceden continuamente a redes sociales, revisan a diario los noticieros digitales, por ello tuvo un resultado de 77,2% que observan diariamente las noticias, un 19,2%, semanalmente, 1,8% no observan nunca, respondieron con un 1,6% mensualmente, y anualmente 0,3%, cabe resaltar que la mayoría de los encuestados observan diariamente.

Figura 6.

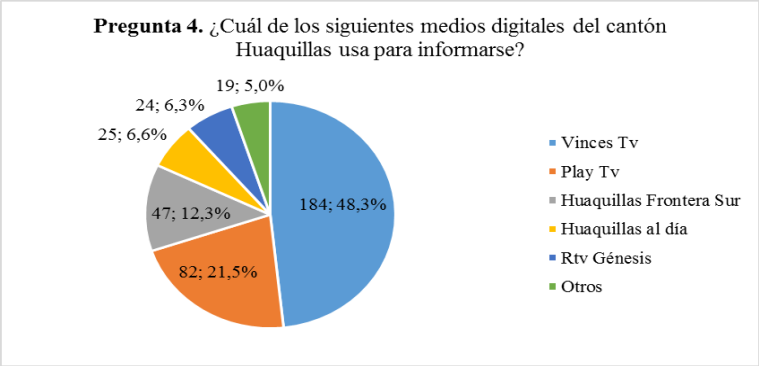
Información



El mayor número de encuestados ha seleccionado que considera buena la manera de informar noticias en los medios digitales, siendo así que responden con un 62,0%, debido a que la información se imparte con brevedad, aquellos que consideran irregular representados con el 19,5% es por la falta de investigación, el 11,2% eligen como satisfactorio, ya que transmiten todos los días notas del cantón, y un 7,3% catalogan como mala la información, porque no todos los medios comunican los hechos a diario.

Figura 7.

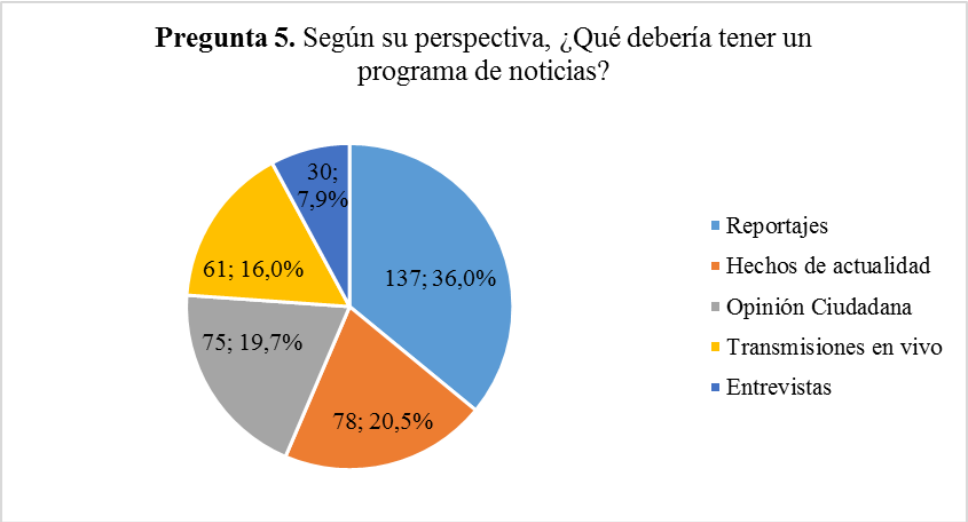
Medios Digitales



En la preferencia de medios digitales los encuestados respondieron que Vinces Tv es su primer medio digital para informarse representado con un 48,3%, Play Tv es el segunda con 21,5%, Huaquillas Frontera Sur tiene un 12,3%, un 6,6% eligen Huaquillas al día, Rtv Génesis con 6,3% y la opción otros con resultado de 5,0% donde optaron por Cheme Tv, Corporación Miriam Tv, y medios que no pertenecen al cantón. Siendo Vinces Tv el medio más visto por los huaquillenses.

Figura 8.

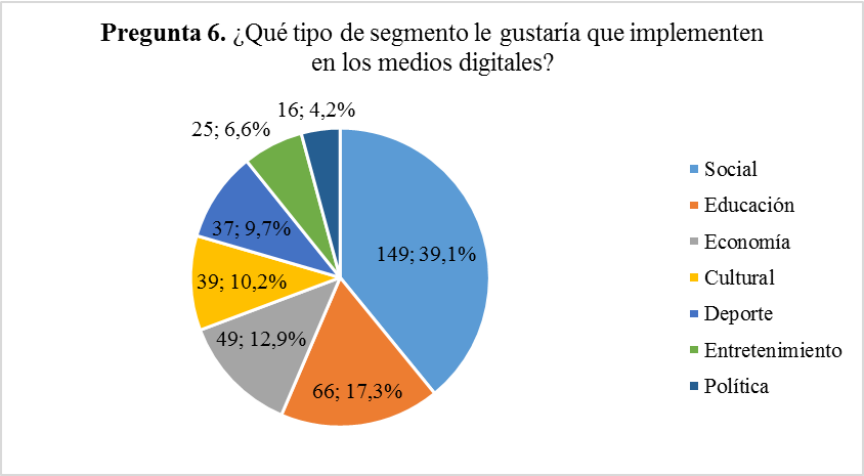
Perspectiva de un programa



Para los encuestados consideran esencial implementar reportajes en un programa de noticias, el mismo que brindará mayor información sobre una problemática, es representado con un 36,0%, seguido están los hechos de actualidad con 20,5, mientras que con una diferencia pequeña eligen la opinión ciudadana de 19,7%, las transmisiones en vivo con un 16,0%, y por último las entrevistas con un porcentaje menor de 7,9%.

Figura 9.

Segmentos



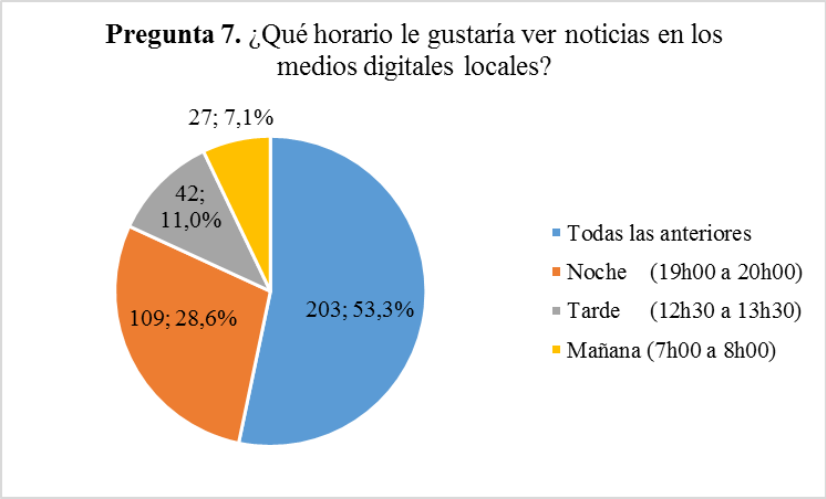
Es necesaria la introducción de segmentos dentro de los programas informativos porque esto permite tener una diversa información, en el que se ha reconocido a través de la encuesta el segmento social de mayor interés con un 39.1%, seguidamente la educación es importante para la audiencia con un 17.3%, mientras que la economía ha sido seleccionada por un 12.9%, por otro lado, el segmento cultural es preferido por un 10.2%, aunque hay que recalcar que el segmento deportivo tiene un interés en la población de huaquillas con un 9.7%, pese a no tener este tipo de segmentos en el cantón y es que el entretenimiento ha hecho que algunos espectadores se mantengan enganchados en algunos medios digitales, ya que buscan distraerse en el contenido que se les brinda, por ello, un 6.6% prefieren este segmento. Finalmente, el ámbito político es el menos seleccionado por parte de la población huaquillense con un 4.2%.

En cuanto a los horarios, de acuerdo con los resultados obtenidos, se ha reconocido que el mejor horario a transmitir los noticieros son en las 3 secciones durante el día con un porcentaje del

53.3%, cabe destacar que con un alto porcentaje de 28.6%, el horario nocturno ha sido de preferencia por la accesibilidad en ese tiempo. Sin embargo, durante la tarde pueden visualizar un 11.0% y finalmente la población que ve las noticias en la mañana, antes de realizar otras actividades con un 7.1%.

Figura 10.

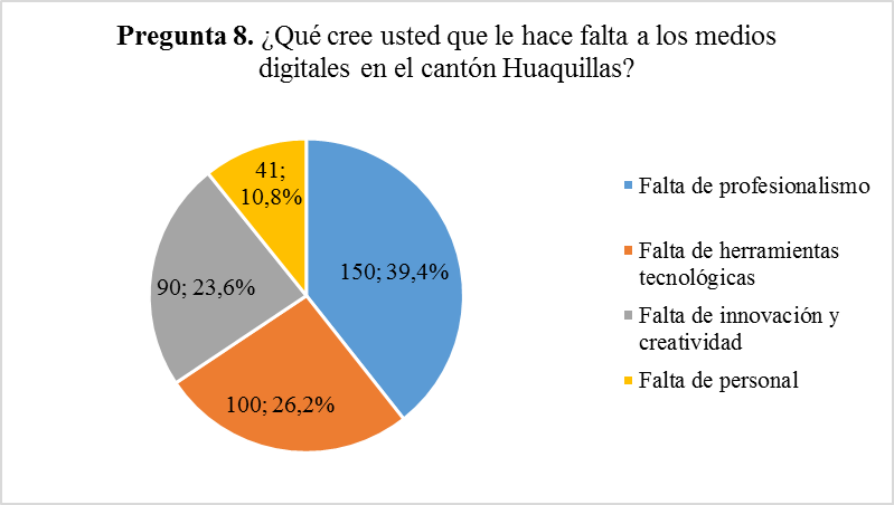
Horarios



De acuerdo con los resultados obtenidos, se ha reconocido que el mejor horario a transmitir los noticieros son en las 3 secciones durante el día con un porcentaje del 53.3%, cabe destacar que con un alto porcentaje de 28.6%, el horario nocturno ha sido de preferencia por la accesibilidad en ese tiempo. Sin embargo, durante la tarde pueden visualizar un 11.0% y finalmente la población que ve las noticias en la mañana, antes de realizar otras actividades con un 7.1%.

Figura 11.

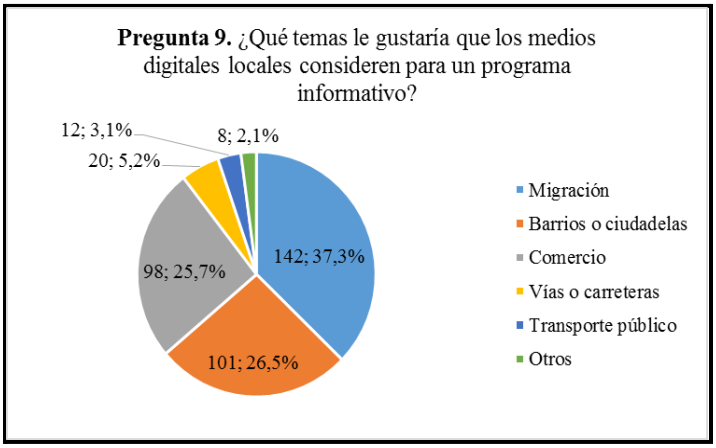
Falencias en un programa digital



Según la perspectiva de los encuestados señalan las falencias que recaen en los medios digitales y entre ellos el más mencionado es la falta de profesionalismo con un 39.4% por la forma de llevar la información y con un 26.2% hacen referencia a la falta de herramientas tecnológicas que debería tener cada medio digital, sin embargo, el 23.6% señalaron que hay ausencia de creatividad e innovación para los programas informativos digitales. Por último, como alternativa menos seleccionada por el público objetivo, es la falta de personal con un 10.8%.

Figura 12.

Temas a socializar

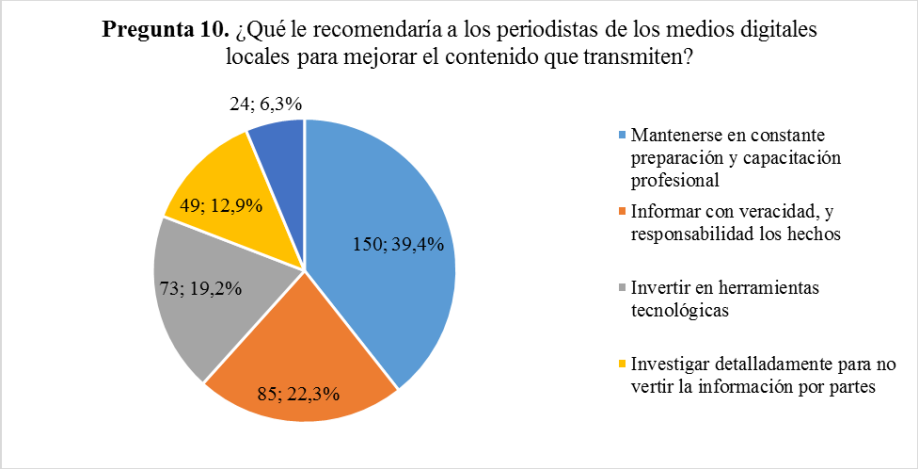


Uno de los temas con más relevancia y que la ciudadanía quiere que se trate dentro del programa informativo, es la migración que se da en la frontera con un porcentaje del 37.3%, por otro lado, desean conocer las problemáticas que ocurren en los barrios y ciudadelas con un rango del 26.5%, y es que con respecto al comercio en la frontera que siempre está en constante movimiento, con un grado del 25.7% prefieren que se hable al respecto. Sin embargo, la sociedad ha tenido grandes problemas en lo que concierne a las vías o carreteras donde se transita día a día, por ello, un 5.2% han recomendado este tema.

En cuanto al transporte público, ha sido considerado poco relevante con un 3.1%. Por último, se ha considerado una opción alternativa como "Otros", para conocer distintos puntos importantes en el que 2.1% mencionaron que se debería saber sobre la realidad que está viviendo Huaquillas y la forma en que les ha afectado a los sectores públicos, cobros de servicios básicos y casos de corrupción.

Figura 13.

Recomendaciones



Es importante reconocer que para el buen funcionamiento de un medio digital hay que tener preparación en varios aspectos que involucren a la tecnología, pero sobre todo dentro de un noticiero, ya que se debe asumir total responsabilidad al emitir un comentario o en la difusión de información. Por ello, se ha tomado en consideración las perspectivas de la ciudadanía y puedan recomendar a los periodistas de los medios digitales, aspectos necesarios para mejorar los contenidos que se transmiten. Sin embargo, han mencionado lo siguiente: Más preparación, profesionalismo, recurrir a la fuente testimonial, que se informen bien antes de dar una noticia, imparcialidad, menos sensacionalismo, más investigación y mejorar su dialecto.

CAPÍTULO III

PLAN DE ACCIÓN

3.1. Identificación de la intervención

El trabajo en cuestión se basa en la falta de variedad de contenido, y a la vez de géneros periodísticos dentro del programa digital *Informa Tv*, por ende se ha propuesto la creación de un reportaje social, donde implementen nuevas formas de llegar a la audiencia, a través del trabajo de campo, haciendo uso de contenido variado, y más allá de profundizar un tema, realizando la investigación, las entrevistas, y la narración, se creen productos comunicacionales que impacten a la sociedad. Mejorando de esta manera la estructura de contenidos, y así mismo logrando acaparar audiencia por la información de interés local.

3.2. Fundamentación teórica de la intervención

3.2.1. Géneros periodísticos

A través de los géneros periodísticos se puede impartir información respecto a un tema, narrado o expuesto utilizando voz en off, desde enfoques distintos. Cada género periodístico conlleva investigación, sea informativo o de opinión, la noticia, la crónica, el reportaje, el documental, la entrevista, entre otros, requieren recabar datos desde las fuentes, para informar con veracidad.

Desde la visión de Serrano (1982), citado en Muñiz, y Fonseca (2017), "la principal diferenciación que se puede observar en estos géneros proviene del objetivo del producto comunicativo que se elabora, y por tanto, de la función social que este cumplirá: si es informativa, educativa, interpretativa, de opinión, lúdica o instrumental" (p. 5).

A criterio de Muñiz y Fonseca (2017), "los periodistas emplean más las fuentes documentales e institucionales, lo que se debe a la credibilidad de estas para lograr un producto de mayor calidad" (p. 2).

3.2.2. Reportaje audiovisual

El reportaje es un género periodístico de carácter audiovisual, donde el periodista empieza a narrar un hecho específico, el cual requiere de una previa investigación a profundidad, recabando todos los detalles, y las fuentes que permitan comunicar con responsabilidad. Según Benítez y Herrera (2017), "el modo de representar los acontecimientos tomados de imágenes reales dentro de un escenario esférico que el espectador recorre a su voluntad, constituye una innovación periodística que requiere de una nueva formulación" (p. 3).

El reportero debe construir la narración del tema en tercera persona, con una entrada que capte la atención, y lograr que conecte con el espectador, además evitar caer en suposiciones, o juicios de valor que confundan el contexto del tema, toda información debe ser corroborada, y demostrada

en el audiovisual de manera explícita. Tal y como reseña García Avilés (2022), “el reportaje a menudo apela a la emoción para que el público se sienta implicado: transmite emociones ligadas al drama, al riesgo, alimentadas por un tratamiento impactante de la imagen, los movimientos de cámara y los efectos sonoros” (p. 16).

3.2.3. Migración

Por lo general las personas tienden a migrar a otro país por problemas económicos o sociales, atravesando una serie de peligros que pueden suscitarse en el camino, algunos van acompañados de sus hijos, hermanos, padres, y otros lo hacen solos. Desde la perspectiva de Piore (1979), citado en Salgado, Contreras, y Albornoz (2017), “sostiene que los flujos migratorios internacionales son el resultado de una permanente demanda de mano de obra de los países desarrollados económicamente” (p. 5).

Esto comúnmente es producto de aquellos jefes o líderes que no valoran el oficio de los empleados, los explotan en el horario, y sueldo, e incluso en trabajos pesados no les dan los suficientes implementos, al verse en malas condiciones, consideran como única opción salir a buscar mejores oportunidades. Según la perspectiva de Lotero y Pérez (2019):

> (…) a pesar de la dificultad que existe para identificar la motivación principal de muchos migrantes internacionales en situación irregular y distinguir si se tratan de causas económicas o de refugio, sus necesidades son similares y, ante todo, lo que se debe garantizar es el reconocimiento de su dignidad y sus Derechos Humanos, de manera que sean menos vulnerables a la explotación (p. 6).

3.2.4. Difusión de contenido

Tal y como reseña Atarama, Castañeda y Londoño (2017):

> (...) el nuevo entorno digital multiplica los puntos de contacto del público con el contenido audiovisual. El aparato de televisión ya no tiene el monopolio de difusión de video, sino que a través de Internet se puede tener acceso a millones de horas de productos audiovisuales (p. 2).

El estar conectados en redes sociales continuamente permite que la información llegue más rápido de lo que podría tardar en la tv tradicional, esta acción de compartir algo a través de las redes sociales, sea una foto, vídeo, opinión, noticia, etc. logra tener un impacto, y se esparce a más personas. Desde la perspectiva de Lara, López y Sánchez (2018), "en estos casos el índice de influencia no solamente depende de quién comienza la cascada de difusión de la información, sino también de la predisposición de las personas de la red a ser influenciadas" (p. 3).

3.2.5. Impacto visual en la audiencia

La audiencia es perceptiva y emocional, por ende el producto que se presente en los medios va a generar una reacción, sobre todo cuando la calidad de la imagen es buena y llamativa, dependiendo del tema causará un impacto sea positivo, o negativo. Antes del inicio de pandemia Covid-19 los medios digitales ya iban tomando mayor relevancia, debido a los avances de la tecnología, actualmente el crecimiento de una nueva audiencia es evidente, el consumidor cuenta con mayor nivel de formación y análisis, por tal motivo que no sólo será de interés la imagen, sino también el contenido que emitan los medios (Montaña, Ollé, Lavilla, 2020).

3.2.6. Posicionamiento de un programa informativo digital

Posicionar un programa de noticias, requiere de mucha persistencia y compromiso, más cuando se trata de información, que es de carácter serio y se necesita absoluta responsabilidad para emitir un comentario o cuando se vaya a informar. El posicionamiento de la marca de un programa digital ocurre cuando el trabajo que se brinda es eficiente y la audiencia prefiere ser partícipe de aquello que le genera confianza y credibilidad. Esto lo hace la opinión individual y colectiva detrás del medio de comunicación, mediante la marca es reconocida por la audiencia, lo que la diferenciará de otros medios que existen en el cantón Huaquillas.

Para Cordova Navarro (2019), "el posicionamiento es importante porque hoy existen muchos productos en los cuales al consumidor se le presenta una gama de opciones para escoger. Todos los días los medios compiten por tener participación en la mente de los consumidores" (p. 2).

3.2.7. Facebook

Una plataforma digital social que permite al usuario conectarse con amigos, compañeros, familia, e interactuar a través de comentarios, videollamadas, notas de voz, fotografías, y vídeos. La finalidad de cada consumidor es distinta según sus necesidades o intereses. Para Gurevich (2016), "toda acción del usuario en la plataforma es comunicada a su red de contactos, registrada, puesta en su nombre, permitiendo que sus "amigos" puedan interactuar con ella, conformando trayectorias en presente que se retroalimentan" (p. 11).

Esta red social es utilizada por lo general para compartir contenido audiovisual, a través de fotografías, transmisiones en vivo, vídeos cortos y extensos, sin lugar a dudas es muy utilizada y accesible. Cabe recalcar que, el medio de comunicación digital solo maneja la plataforma de

facebook, aunque es necesario que tengan una cuenta de instagram debido a la diversidad de públicos. Tal y como describe Caramutti Frias (2020):

> (...) en la actualidad, es imprescindible para los medios de comunicación tener una cuenta en Instagram. La relevancia y crecimiento de esta red avanza a pasos agigantados, llegando a consolidarse como la favorita de los usuarios para comunicar e informar a través de las imágenes. (p. 8).

3.3. Objetivos de la intervención

Objetivo General:

- Crear contenido social mediante un producto audiovisual.

Objetivos Específicos:

- Producir un reportaje en base a la problemática social migratoria en el cantón Huaquillas.
- Fortalecer la imagen y posicionamiento del programa digital *Informa Tv* a través de contenido audiovisual en facebook.
- Incrementar la audiencia con la implementación del género periodístico en el programa digital *Informa Tv*.

3.4. Planes de la intervención

3.4.1. Descripción del reportaje

La elaboración de este reportaje tiene como objetivo mostrar una de las problemáticas que surgen dentro del Cantón Huaquillas para que puedan ser de conocimiento a las autoridades, siempre y

cuando sea por manifestar las necesidades que tiene la población huaquillense, siendo difundido en el programa digital *Informatv,* objeto de estudio en el que se está trabajando para potenciar su estructura de contenidos y resaltar la importancia de hacer reportajes en un informativo, ya que de esta manera se observará que existen otros géneros que permiten que el espectador se informe de manera detallada sobre un acontecimiento.

3.4.2. Nombre del reportaje

El nombre a utilizar es *Migración en la Frontera de Huaquillas,* tomando en cuenta las necesidades de la población huaquillense expresadas en los resultados obtenidos de las entrevistas a profesionales en el área digital y comunicativa, y de los habitantes en general a través de las encuestas. Y de esta manera demostrar con investigación, entrevistas a fuentes clave que aporten al tema, y las personas involucradas activamente; los extranjeros que residen actualmente en el cantón Huaquillas, voz en off, imágenes y vídeos demostrando una de las problemáticas sociales.

3.4.3. Productos comunicacionales para el reportaje

A continuación se detallan los productos comunicacionales para la construcción del reportaje:

- **Flyers digital:** Sirve para promocionar reportajes, noticias, entrevistas, debates, ya que a través de los flyers son de mayor visualización, entretienen al espectador y dejan una expectativa en ellos, en este caso se hizo uso de esta herramienta comunicacional para transmitir un mensaje a la audiencia, promocionarlo junto a la fecha de transmisión del reportaje. Según Meneses, Uroz, y Rúa (2017), "una forma de comunicación en la sociedad de consumo que transmiten significados, valores, modelos, actitudes y

comportamientos" (p. 3). Con la difusión del flyer es una buena forma para invitar a la ciudadanía a conectarse en las transmisiones que se desarrollarán. Según Capilla Lebrato (2020), "estas herramientas gratuitas las dividiremos en dos grandes grupos según si son útiles para interactuar con el público (comunicación bidireccional) o útiles para medir y tener un control de la comunidad", (p.20).

- **Audiovisual:** Los contenidos audiovisuales son de gran relevancia en los noticieros debido que capta la atención del público objetivo y le permite entender lo que se está informando, por ello, se ha considerado que los reportajes son esenciales, esto ha ocasionado en algunos medios de comunicación la presencia de la audiencia a través de sus comentarios y reacciones, ya sea de forma positiva como negativa. Tal y como reseña Sánchez y Caldeiro (2016), "es fundamental saber identificar cuál es el mensaje de los contenidos audiovisuales a los que estamos expuestos para luego reconocer de qué manera nos persuaden, qué tipo de orientación nos están tratando de inculcar" (p. 1).

3.4.4. Planes de evaluación y control de la intervención

En este proceso se tomará como indicador de evaluación y control, el alcance o estadísticas de las personas que han visto los productos comunicacionales y de igual forma observar las reacciones, comentarios, y veces compartidas, teniendo en cuenta la comparación con las publicaciones de meses anteriores esto con el fin de potenciar el programa, ya que presenta la ausencia del género periodístico de reportaje, importante para la captación de la audiencia y se ha tomado como referencia un tema en específico *Migración en la frontera de Huaquillas*, como muestra de lo que se va aplicar en el programa informativo digital.

3.5. Cronograma

Tabla 5.

Cronograma de actividades en la elaboración del reportaje desde 10 de diciembre

Actividades	Semana Mes Diciembre/Enero								
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9
Investigación previa sobre la situación migratoria. Recopilación de información, y datos relevantes.									
Elaboración de guión literario.									
Elaboración de guión técnico.									
Formular preguntas para los									

entrevistados.									
Realizar las entrevistas correspondientes a profesionales y personajes relacionados en el tema.									
Realizar tomas de paso a los lugares principales en referencia a nuestro objeto de estudio.									
Elaboración de flyers que mantengan a la audiencia activa en el programa *Informa Tv* del medio digital *Play Tv*.									
Organizar por carpetas las grabaciones e información recopilada.									
Edición del reportaje (primer avance).									
Flyers de expectativa del reportaje social *Migración en la frontera de Huaquillas.*									
Edición del reportaje final.									
Transmisión del reportaje en el programa digital *Informa Tv*.									

Publicación del reportaje en la página oficial del programa digital *Informa Tv*.									

Fuente: elaboración propia.

3.6. Productos Comunicacionales

Tabla 6.

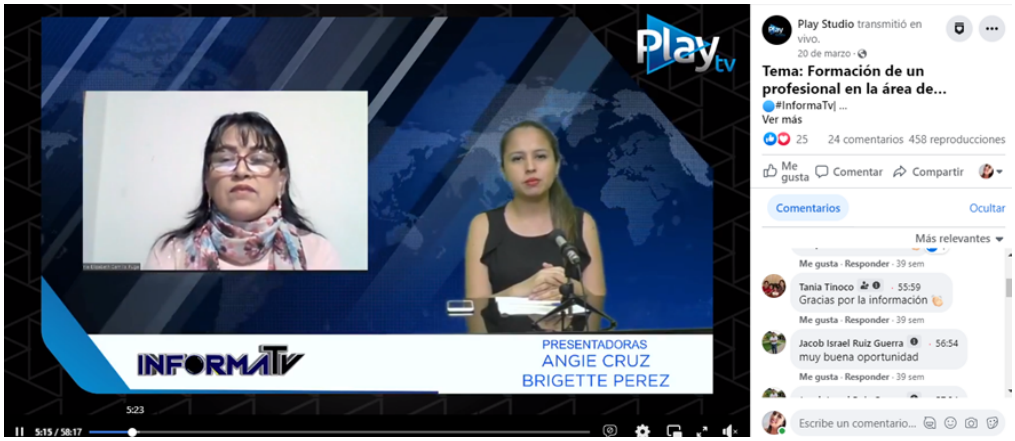
Redes sociales del medio digital Play Tv

Recurso	Redes Sociales
Digital / Analógica	Digital
On/offline	Online
Función	Permiten que la información del programa Play Tv llegue a la audiencia a través de su página en facebook e instagram, generando un feedback entre el usuario, y
Importancia	La audiencia puede acceder de manera fácil para informarse de las noticias locales.

Fuente: elaboración propia.

Figura 14.

Noticieros semanales del programa digital Informa Tv



Fuente: Play Tv (2021)

Tabla 7.

Creación de contenido visual para la audiencia en redes sociales

Recurso	Promoción
Digital / Analógica	Digital
On/offline	Online
Función	Mantener informado al público desde la página general Play Tv, en referencia a la implementación de nuevos horarios, y que continúen visualizando los noticieros.
Importancia	Que el espectador se sienta parte del programa, y pueda conectarse a futuros noticieros.

Fuente: elaboración propia.

Figura 15.

Logotipo

Fuente: elaboración propia.

Figura 16.

Flyer de horario

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8.

Creación de contenido visual de expectativa en redes sociales

Recurso	Promoción
Digital / Analógica	Digital
On/offline	Online
Función	Generar interés en la audiencia sobre el tema del reportaje, e invitar a visitar y estar pendientes de las páginas oficiales del programa digital, y a su vez del medio por donde será transmitido *Play Tv.*
Importancia	Los usuarios podrán interactuar con preguntas, o comentarios, así mismo compartir en su perfil e historias el flyer, y etiquetar a otras personas que les interese el tema.

Fuente: elaboración propia.

Figura 17.

Flyer de expectativa

Fuente: elaboración propia.

3.6. 1 Guión literario del producto comunicacional

Tema: Migración en la Frontera de Huaquillas.

Género periodístico: Reportaje audiovisual.

Objetivo del producto: La elaboración de este reportaje tiene como objetivo mostrar una de las problemáticas que surgen dentro del Cantón Huaquillas para que puedan ser de conocimiento a las autoridades, siempre y cuando sea por manifestar las necesidades que tiene la población huaquillense, siendo difundido en el programa digital *Informatv,* objeto de estudio en el que se está trabajando para potenciar su estructura de contenidos y resaltar la importancia de hacer reportajes en un informativo, ya que de esta manera se observará que existen otros géneros periodísticos que permiten que el espectador se informe de manera detallada sobre un acontecimiento.

- **Escenarios:** Parques, sitios turísticos, donde conviven, se evidencia a padres, y niños extranjeros pidiendo dinero o vendiendo alguna golosina-comida, mostrar su hábitat. Mientras un migrante comenta cómo ha sido su experiencia en Huaquillas, y las causas de querer cruzar la frontera. Albergue 18 de Septiembre: enfoque de las instalaciones donde se refugian extranjeros y conocer cómo se trabajará con ellos a través del Programa Integra. Pasos ilegales, mostrando el lugar y a través de la voz en off mencionar el propósito de su estadía.
- **Funciones:** El tipo de reportaje será de forma narrativa, es decir, desde lo general a lo específico, mostrando una realidad de lo que se vive en el cantón. Usar voz en off,

mientras se hace un paneo del lugar de los hechos y por consiguiente las opiniones de los entrevistados para complementar la información.

- **Canal de difusión:** Programa *Informa Tv* del medio digital *Play Studio*.

Tabla 9.

Entrevistas a fuentes claves del reportaje

Entrevistados	Cargo / Función	Enfoque	Tiempo
Ec. Alberto Astudillo	Alcalde del Cantón Huaquillas	Conocer el trabajo que se desarrollará entre extranjeros y ciudadanos del cantón, a través del "Programa Integra", iniciativa de la Unión Europea junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo del Ecuador.	20 seg
Ing. David Torres	Supervisor del Albergue 18 de Septiembre.	Saber el trabajo que ellos realizan como institución,que decisiones toman cada vez que se reintegran más extranjeros, cuántos refugiados existen, cuánto es el límite de miembros dentro del albergue.	20 seg
Lcdo. Manuel Mendoza	Psicólogo	Qué aspectos se deben trabajar en las personas migrantes, en cuestiones de salud mental, debido a las consecuencias que han presenciado al dejar su lugar de residencia y trasladarse hasta la frontera de Huaquillas. Cómo aportaría más a fondo la psicología en ellos.	15 seg
Huaquillense	Ciudadano Huaquillense	La manera de convivir a diario con extranjeros en la parte céntrica del cantón, ya que no todos los extranjeros permanecen en el albergue.	15 seg
Migrantes	Extranjeros	La forma de vida de antes y actualmente, cómo han logrado trasladarse hasta Huaquillas, qué proyecciones tiene luego de haber salido de su país.	15 seg

Fuente: elaboración propia.

- *Voz 1.* Los migrantes salen de su país; solos, otros acompañados, con un bolso en su hombro augurando mejores días para su vida. La migración cada día se ha vuelto más que una necesidad ineludible, un derecho. El artículo 40. de la constitución de la república del

ecuador (CRE), “reconoce el derecho de las personas a migrar y que no se identificará, ni se considerará a ningún ser humano como “ilegal” por su condición migratoria”.

- *Voz 2.* Migrantes de diferentes nacionalidades; entre ellos venezolanos, colombianos, peruanos, y argentinos han llegado mediante transportes, algunos caminando hasta Huaquillas, Frontera Sur del Ecuador que conecta con Perú por medio del puente internacional, pero todos ellos con diferentes rumbos. Anteriormente, los venezolanos cruzaban la frontera vía el Centro Binacional de Atención en Frontera (Cebaf), donde funcionan las Unidades de Migración, pero con la llegada de la pandemia covid-19, el cierre del paso fronterizo también ha perjudicado a los migrantes que utilizan la ruta para ingresar a Perú, ya sea con la finalidad de comenzar una nueva vida en este país o continuar con destino a Argentina o Chile, y es que, desde que el paso fue restringido, muchos de ellos atraviesan el canal por medio de pasos clandestinos.
- *Voz 1.* Es así como los migrantes continúan en marcha hacia Perú, mientras que otros tienen la idea de permanecer en Huaquillas, pero todos con el objetivo de poder subsistir.
- *Voz 2.* Hay quienes buscan ganar dinero de forma honrada como limpiando parabrisas o haciendo otro tipo de actividades en la parte céntrica del Cantón, pese a ser zonas de prohibición ya que son calles transitadas, evitando el tráfico para movilizarse tanto turistas como ciudadanos huaquillenses.
- *Voz 1.* A través de convenios con la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), junto a la Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales Ecuador (ADRA), se ha logrado disminuir la afluencia de extranjeros en los sitios públicos, ya que

existe el albergue 8 de septiembre, el cual se inauguró en el año 2020, y recibe a personas en movilidad humana de extrema vulnerabilidad. Pasando de vivir en condiciones deplorables en las calles, para tener un techo, y comida donde estar junto a sus familiares por un tiempo limitado.

- *Voz 2.* Huaquillas, al ser una ciudad fronteriza, siempre tendrá la presencia de extranjeros, quienes al no tener un lugar para vivir, usan las calles o espacios públicos como hogares provisionales, cabe recalcar que cada cierto tiempo llegan migrantes y no se quedan, más bien van de paso hacia otro lugar de destino.
- *Voz 1.* El proceso migratorio también afecta a la salud mental, llegando a presentar problemas de estrés por no encontrar trabajo, ansiedad, o depresión al encontrarse lejos de su familia, siendo difícil su adaptación a nuevas costumbres, personas, leyes, u ordenanzas. Por ello, a través del GAD Municipal del cantón Huaquillas, especialistas han brindado ayuda psicológica a varias familias.
- *Voz 2.* Existen extranjeros que desconocen las ordenanzas, y responsabilidades que se deben cumplir dentro del cantón, por ende se generan conflictos con la ciudadanía huaquillense.

3.6. 2 Guión técnico del producto comunicacional

Fuentes	Tiempo	Observación
David Torres, Administrador del Albergue 8 de Septiembre	2:46 - 3:44	"tenemos 2 perfiles que reciben atención, familias de paso que requieren menos días (3-5,7 días), casos de permanencia (hasta 15 días).
	4:38 - 5:13	"nosotros atendemos aquí principalmente a grupos familiares con niños, y hay un porcentaje de atención del 50%.." "espacio amigable-movilidad humana"

	6:38 - 7:00 11:24 - 12:42	“también tenemos servicios de conectividad, wifi gratuito, teléfono de llamadas" redes de apoyo. “los meses de noviembre y diciembre, son meses donde se movilizan mucho en sentido norte, debido a las fechas festivas… están migrando con destino a EE.UU”... (está por arriba de las 2000 personas).
Luis Pereira, Migrante Venezolano	0:35 - 0:50 1:07 - 1:18	“área de hombres y mujeres aparte” “Hoy en día están saliendo muchos venezolanos, más que todo mujeres embarazadas…”
Mayra Ramírez, Concejal del Cantón Huaquillas	1:52- 2:18 3:01-3:45 4:44-5:36 9:00-9:45	“Aquí el fenómeno migratorio”, “se han tenido inconvenientes” “Si bien es cierto el municipio no cuenta, les envían para ciertas atenciones” “hay muchos casos de vulneración de derechos, nuestro cantón huaquillas” “Cuando hay problemas en los espacios públicos”, normativas que tenemos los huaquillenses”
Manuel Mendoza, Psicólogo	0:52 - 1:19 2:28 - 3:01 4:45 - 6:14	“Tenemos casos de personas que vienen golpeadas, gente con depresión, ansiedad, ya que en el camino han pasado por muchas cosas..” “Hubo un momento que se generó un fuerte levantamiento de xenofobia” “el consejo de protección las puertas las ha mantenido abiertas..” que haya proyectos a largo plazo.
Manuel Orozco, funcionario público del Gad Municipal Huaquillas	1:30 - 2:06 6:23 - 6:38	“ellos ahí dentro de estos espacios públicos…”, “muchas de las veces nos ha tocado limpiar lo que ensucian, y es incomodo porque cuando les pedimos que se retiren para cumplir con las labores, se muestran un poco molestos…” “nosotros estamos dispuestos a compartir, convivir con ellos…”

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

4.1. Resultados y logros de la intervención

En base al plan de acción utilizado, como es el reportaje social *Migración en la frontera,* el cual ha sido transmitido en el programa *Informa Tv*, a través del medio digital *Play Tv*, al ser un género periodístico que por primera ocasión se realizó como parte de los segmentos informativos, es novedoso para la audiencia, por ende se ha logrado obtener interacción, y a su vez nuevos espectadores, logrando que la transmisión del reportaje sea de mayor alcance, en comparación con transmisiones anteriores, es así que se ha logrado obtener los siguientes resultados:

Figura 18.

Logotipo

Fuente: Fanpage Play Studio (2022).

Se realizó la renovación de la imagen o logotipo, añadiendo un color representativo de confianza y formalidad, así mismo en el encabezado de la publicación se dio a conocer el retorno a la programación, donde se denota un alcance de 1905 personas, es decir la cantidad de personas que observaron nuestro contenido, sin embargo el nivel de impresiones orgánicas es mayor con 2148, hace referencia al número de total de veces, es decir algunos usuarios de nuestro número de alcance observaron el contenido más de una vez, 25 reacciones con me gusta y me encanta, 4 comentarios de fieles seguidores, y nueva audiencia, 6 veces compartido, y 18 clics en los enlaces, teniendo visualizaciones en fotos relacionadas al programa.

Figura 19.

Flyer de horario

Fuente: Fanpage Play Studio (2022).

Se presentó el flyer con los horarios establecidos en base a las respuestas en las encuestas dirigidas a la población huaquillense, una de las más opcionadas fue el horario de 13h00 a 14h00 p.m., además se añadió un encabezado informativo con respecto a los géneros periodísticos añadidos al noticiero; entrevistas, debates, reportajes y diálogos, en el mismo que se evidencia un alcance de 2373 personas, un total mayor de impresiones orgánicas con 2635, en las reacciones se han obtenido 24; entre me gustas y me encantas, 17 veces compartido, y 26 clics en enlaces, claro está que la diferencia de reacciones con el logotipo anterior es mínima, pero con respecto a la audiencia se ha logrado superar.

Figura 20.

Flyer expectativa

Fuente: Fanpage Play Studio (2022).

En el flyer expectativa del reportaje enfocado en la migración en la frontera, se ubicó una imagen representativa del albergue, en el cual reciben ayuda los migrantes, y la fecha de transmisión, la misma que se efectuó el 01 de febrero, se obtuvo 1464 en alcance, y un nivel de impresión orgánica bajo comparado con la publicación de los horarios siendo de 1679, 20 reacciones; entre me gustas y me encantas, 6 veces compartido, y 15 clics en enlaces.

Figura 21.

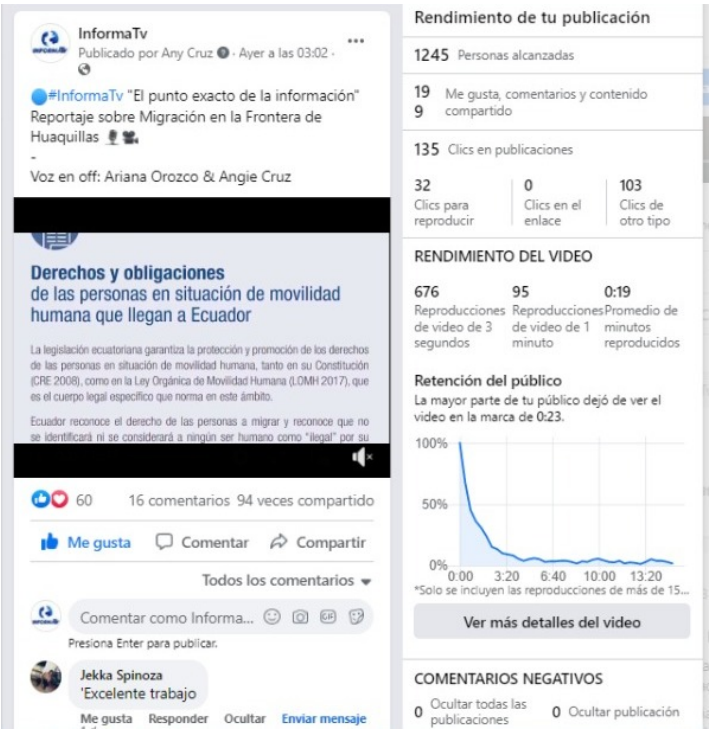
Transmisión del reportaje audiovisual

Fuente: Fanpage Play Studio (2022).

El reportaje se produció el 01 de febrero de 2022 durante el noticiero del programa *Informa Tv*, presentando a las 13h00 p.m. noticias de carácter social, economía, política, deportes, e internacional, y a partir de las 13h30 p.m. el producto audiovisual, el mismo que tuvo éxito logrando un nivel de alcance con 2000 personas, cifras que fueron sacadas el 02 de febrero, con una interacción del público de 180, entre ellas 89 reacciones, 63 veces compartido, y 28 comentarios, en su mayoría de nueva audiencia. De las personas que reprodujeron la transmisión el 52% representa el género masculino, y un 48% el género femenino, con índice alto en la edad entre 25 a 34 años.

Figura 21.

Reportaje audiovisual en Informa Tv



Fuente: Fanpage Informa Tv (2022).

Se realizó la publicación del reportaje en la página del programa *Informa Tv*, para lograr acaparar mayor audiencia, se obtuvo un resultado de 1245 personas alcanzadas, y un nivel de impresiones orgánicas de 1274, es decir que los usuarios observaron más de una vez el contenido, en esta publicación se obtuvo mayor interacción del público, comparado con la transmisión en vivo. El resultado es de 199, de las cuales 94 corresponden al número de veces compartido el reportaje, el cual permitió que la interacción incremente, 83 reacciones; entre me gustas y me encantas, y 22 comentarios, que generaban solidaridad hacia las familias migrantes, sin embargo el nivel de alcance es una cantidad menor a la publicación anterior debido a que la página del programa no tiene una cantidad considerable de seguidores, como en *Play Studio*, y esto hace que no llegue a un alcance superior al anterior, aún así los datos son satisfactorios, y representan un buen alcance a través de un nuevo género periodístico.

4.2. Evaluación de la propuesta por la contraparte

Se realizó una reunión con Adrián Conde, jefe del medio digital *Play Studio,* el mismo que dio su percepción positiva respecto al reportaje audiovisual, pareciendole buena la calidad del vídeo, los entrevistados, y espacios que se han optado por añadir, ya que son concurridos en su mayoría por extranjeros, sin embargo le resultó extenso el contenido, ya que su duración es de 15 minutos, se optó por este tiempo, debido a que es un tema poco abordado, y a su vez complejo.

Un contenido investigativo tratado desde la perspectiva de los migrantes en su convivencia con los compatriotas, y ciudadanos en general dentro del cantón Huaquillas, en ellos se evidenció temor, ya que no todos pudieron hablar frente a una cámara, mencionaron el tema de xenofobia,

por ende fue importante hablar con el psicólogo municipal, encargado de brindar ayuda gratuita a personas vulnerables.

También se logró dialogar con los empleados municipales que trabajan en áreas verdes, y espacios públicos, ya que ellos mantienen otra visión, y discrepancias con estas personas, porque algunos no acatan disposiciones, a diferencia de las autoridades y miembros de la Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales (ADRA), que trabajan en ayudar a este grupo, mantienen una amplia información desde datos estadísticos, hasta el manejo que realizan con organizaciones internacionales. De esta forma se ha logrado no solo informar, sino proporcionar conocimiento a quienes desconocían de las entidades de ayuda.

4.3. Discusión teórica de los resultados

A partir de los hallazgos obtenidos, se pudo percatar de la necesidad que existe en la audiencia por informarse a través de géneros periodísticos de investigación, donde comprendan una problemática desde la perspectiva positiva, y negativa, al ser un reportaje de carácter social, basado en la localidad, promueve el interés de los usuarios, y se mantienen conectados a la programación.

En otras palabras abordar una problemática que infiere en la localidad da un valor significativo e identitario, no sólo se está vinculando cultura, o geografía, también se genera un espacio de confianza, donde los ciudadanos sientan que sus testimonios, opiniones, y perspectivas son importantes en la construcción de una realidad (Badía, Costales & Valle, 2017).

Por otra parte se contrastó a través de los comentarios en el reportaje publicado, que se puede llegar a provocar emociones en la audiencia, ya que emitieron mensajes positivos a los

extranjeros, y muestras de solidaridad, a su vez tomando conciencia de evitar actitudes de xenofobia hacia ellos, ya que las circunstancias por las que atraviesa un migrante son difíciles.

La importancia que tiene el factor emocional en la era digital es impresionante, si después de generar una reacción en el espectador, este actúa frente a la problemática, significa que la información, tecnología, imaginación, y creatividad han sido utilizadas de manera adecuada (Jaimes, 2021).

4.4. Conclusiones

En el presente trabajo se elaboró un reportaje audiovisual social, enfocado en el mejoramiento del Programa *Informa Tv*, porque requería de otros géneros periodísticos, ya que este constaba con una programación semanal de entrevistas, siendo así que ha podido alcanzar más visualizaciones, y nueva audiencia en el medio digital *Play Studio*.

- En la encuesta realizada a la población huaquillense, se identificó las necesidades de la audiencia, las mismas que respondieron a la problemática planteada en el trabajo, como fue la falta de géneros periodísticos, optaron por el tema de migración, por ende se llevó a efecto su realización, en el proceso pudimos notar que existe temor para hablar por parte de los extranjeros, ya que han tenido que tolerar actitudes de xenofobia. Por otro lado, poco interés de las autoridades principales del cantón Huaquillas, sin embargo se construyó el reportaje desde el enfoque informativo, obteniendo entrevistas de las personas involucradas, director de organizaciones de ayuda, concejales, psicólogos, empleados municipales, entre otros, tomando en consideración la relevancia que tiene el público para la creación de contenido.

- Se logró establecer el género periodístico dentro del programa *Informa Tv*, siendo transmitido en vivo por el medio digital *Play Studio*, se pudo estimar que el factor emocional en el tema migratorio, generó conciencia en los espectadores, ya que en el vídeo refleja los obstáculos que han tenido que pasar para llegar a la frontera, su convivencia, y hábitat, se pudo promover la intervención de la audiencia a través de opiniones, testimonios, y comentarios.
- Por medio de las entrevistas realizadas a comunicadores, se logró aplicar el horario diario de las transmisiones en vivo de los noticieros, el mismo que se da en 3 emisiones de lunes a viernes en horario de la mañana 07h00 a 08h00 a.m., en la tarde de 12h30 a 13h30 p.m., y noche de 19h00 a 20h00 p.m., se ha obtenido un buen alcance, ya que son horas donde la audiencia dispone de tiempo para informarse de los acontecimientos.

4.5. Recomendaciones

- Crear más reportajes sociales, y géneros periodísticos de investigación dentro del informativo, que sean cortos y con información relevante para dar a conocer la realidad que se vive, captando mejor el mensaje con este tipo de contenido audiovisual.
- Permanecer con el género periodístico de entrevistas en el noticiero, el cual ha sido utilizado desde la creación del programa, para que la ciudadanía pueda dar a conocer las necesidades que atraviesan y sea un programa de participación o democracia.
- Determinar los cargos del personal en el programa, para un buen funcionamiento y que la intervención de los presentadores varíe, tanto en el área de noticias y segmento de

deportes, esto le permitirá adaptarse a los avances tecnológicos, y le dará una imagen más profesional.

- Facilitar las herramientas tecnológicas de lectura; telepronter, que permitan que los presentadores del programa demuestren seguridad y confianza al informar las noticias con la mirada levantada la mayor parte del tiempo hacia la cámara o el espectador, mostrando a su vez un trabajo de calidad.
- Incrementar la audiencia del programa informativo, potenciando mediante los contenidos audiovisuales, ya que esto genera interacción al visualizarlo y capta la atención del público.

Referencias Bibliográficas

Atarama-Rojas, T., Castañeda-Purizaga, L., & Londoño-Moreno, M. (2017). Televisión en el Perú: un estudio de la estrategia de difusión de contenidos de los canales de señal abierta. *Comunicación y medios*, (35), 140-155. https://bit.ly/3p2UyiB

Antes del 41. (s.f.). *Historia de Huaquillas.* Consultado el 20 de julio de 2021. https://bit.ly/3LsNjtH

Abe Chávez, A. M. (2016). Implementación de un plan negocios por el cual las pymes y mypes logren ponderar lo importante del marketing digital dentro de su estructura fundamental, con la finalidad de mejorar su competitividad y desempeño en la era digital. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). https://bit.ly/3gGjUh8

Benítez-de-Gracia, M. J., & Herrera-Damas, S. (2018). El reportaje inmersivo en vídeo 360º: diseño de un modelo de análisis. *El profesional de la información (EPI)*, 27(1), 149-161. https://bit.ly/3qa9Uky

Bracho, M. S., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista científica UISRAEL*, *8*(1), 107-121. https://bit.ly/3h21Y0Z

Bustillos, F. S., Painemal, C. C., & Albornoz, L. (2018). La migración venezolana en Santiago de Chile: entre la inseguridad laboral y la discriminación. *Revista internacional de estudios migratorios*, *8*(1), 81-117. https://bit.ly/3p5OZzQ

Blasco, M. M., Castellà, C. O., & Raso, M. L. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (78), 155-167. https://bit.ly/33BeWPz

Constitución de la República. (s.f.). *Ley Orgánica de Comunicación. Consultado el 30 de agosto de 2021*. https://bit.ly/3HN36kM

Casero-Ripollés, A. (2018). Investigación sobre información política y redes sociales: puntos clave y retos de futuro. *Profesional de la Información, 27*(5), 964-974. https://bit.ly/3JlAMpS

Cantos, J., & Cumba, E. (2018). El Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Cienc. Soc. y Econ. UTEQ, 2*(1), 115-129. https://bit.ly/32iSIkO

Cordova Navarro, Clarissa Oliva (2019). Promoción del marketing y el posicionamiento. UCV-HACER. *Revista de Investigación y Cultura,* 8(4),11-20. *https://bit.ly/3szH4eO*

Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas de conducto auditivo externo: estudio de una serie de casos. *Revista ORL, 11*(2), 139-153. https://bit.ly/33mPDkI

Capilla Lebrato, T. (2020). Instagram como herramienta para crear una comunidad alrededor de una nueva marca. El caso WaiWai. *Universidad Pompeu Fabra.* https://bit.ly/3LuqjKB

Díaz Pinzón, J. E. (2017). Edmodo como herramienta virtual de aprendizaje. *INNOVA Research Journal, 2*(10), 9-16. https://bit.ly/3uLFSaN

del Arco Bravo, M.A.., Yunquera Nieto, J. y Pérez Bahón, F. (2016). Los cien primeros días de El Español. Análisis de la estructura y los contenidos en los inicios del diario digital. *Revista Latina de Comunicación Social,* (71), 527-551. https://bit.ly/3BhVwfq

Estadísticas Digitales. (2020). *Estado Digital Ecuador*. Consultado el 27 de agosto de 2021. https://bit.ly/3CuI6Nm

Folgueiras Bertomeu, P. (2016). La entrevista. https://bit.ly/3oJNA1v

Forgione, F. (2019). Un nuevo medio digital. https://bit.ly/3LsyCqx

González, A. P., Preciado, E. T., & Terrazas, J. A. D. Programación creativa. https://bit.ly/36drZIn

García-Avilés, José Alberto (2022). El reportaje de infoentretenimiento: evolución del género en las televisiones generalistas en España (1990-2020). *Revista de Comunicación,* 20(2),171-188. https://bit.ly/3HQ9CHo

Gómez. (2015). Construcción de la noticia en medios digitales. *Actas de Periodismo y Comunicación, 1*(1). https://bit.ly/3gIAnl8

García Orosa, B., & López García, X. (2016). Las redes sociales como herramienta de distribución on line de la oferta informativa en los medios de España y Portugal. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación, 21*(40). https://bit.ly/3Lz9ApM

Gurevich, A. (2016). El tiempo todo en Facebook. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (69), 217-238. https://bit.ly/33CmLEE

Herbas, C., Pinos, M., Yanchaguano, E. y Miranda, C. (2017). Importancia de los canales de comunicación digital para los turistas millennials. Caso Guayaquil–Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. https://bit.ly/3HMZTBL

Jaimes, H. (2021). Nuevas formas de hacer periodismo. *Temas de Comunicación*, (43), 123-130. https://bit.ly/3JfAgd4

Lara-Navarra, P., López-Borrull, A., Sánchez-Navarro, J., & Yànez, P. (2018). Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: propuesta SocialEngagement. *El profesional de la información (EPI),* 27(4), 899-908. https://bit.ly/3rM7oTH

Lotero-Echeverri, Gabriel, & Pérez Rodríguez, M. Amor (2019). Migraciones en la sociedad contemporánea: Correlación entre migración y desarrollo . RETOS. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17),145-159. *https://bit.ly/3H1nSMp*

Mora, P. R. (2015). *Tecnologías de la información y la comunicación II.* Limusa. https://bit.ly/3sVD8W7

Muñiz-Zúñiga, Viviana; Fonseca-Valido, Rafael-Ángel (2017). Uso de géneros periodísticos, valores noticia y fuentes de información en los medios de comunicación de Santiago de Cuba. *Revista Vivat Academia,* 138, 120-140. https://bit.ly/3oMzbSj

Palacios Rivera, A. L. (2015). *Huaquillas: la vida en la frontera* (Bachelor's thesis). https://bit.ly/3BjX1JV

Población y demografía. (s.f.). *INEC*. Consultado el 15 de julio de 2021. https://bit.ly/3rMjRa4

Pedrero-Esteban, L. M., & Herrera-Damas, S. (2017). La notificación push como estrategia informativa de la radio en el entorno digital. *Profesional de la Información, 26*(6), 1100-1107. https://bit.ly/34Bn6s8

Pesántez Chalco, D. M. (2015). *Redacción de un manual de funciones que cumple el jefe de información de un canal de televisión* (Bachelor's thesis). https://bit.ly/3mmqyg6

Papí-Gálvez, N. (2015). Nuevos medios y empresas innovadoras. El caso de las agencias de medios. *Profesional de la Información,* 24(3), 301-309. https://bit.ly/3oJnw6y

Salaverría, R. (2015). Ideas para renovar la investigación sobre medios digitales. *Profesional de la Información*, 24(3), 223-226. https://bit.ly/3mjf2C8

Sánchez Sánchez, J. C. (2019). Manual de estilo para la gestión de contenidos digitales del blog de la marca Vélez. Caldas: Corporación Universitaria Lasallista. https://bit.ly/3uJBoSf

Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Boletín Electrónico,* 3. https://bit.ly/33itPGJ

Telecomunicaciones es el sector de mayor consumo de electricidad en el país. (2018). *El Telégrafo*. Consultado el 31 de agosto de 2021. https://bit.ly/3oLqqYs

Valdés, A. T. B., Pérez, Z. C., & Condel, A. A. D. V. (2017). Comunicación audiovisual, nuevos paradigmas y tendencias. *Alcance*, *6*(12), 26-55. https://bit.ly/3GL4G5o

Zurita Andión, J.L. (2019). El engagement y las nuevas narrativas en el diseño de la comunicación digital. *Estudios sobre el mensaje periodístico, 25*(2), 1249-1261. https://bit.ly/3BfWlp8

Zúñiga, V. M., & Valido, R. Á. F. (2017). Uso de géneros periodísticos, valores noticia y fuentes de información en los medios de comunicación de Santiago de Cuba/Use of Journalistic Genres, News Values and Information Sources in the Media in Santiago de Cuba. *Vivat Academia*, 120-140. https://bit.ly/3ITQKbv

Anexos

Anexo 1. Índice de preguntas

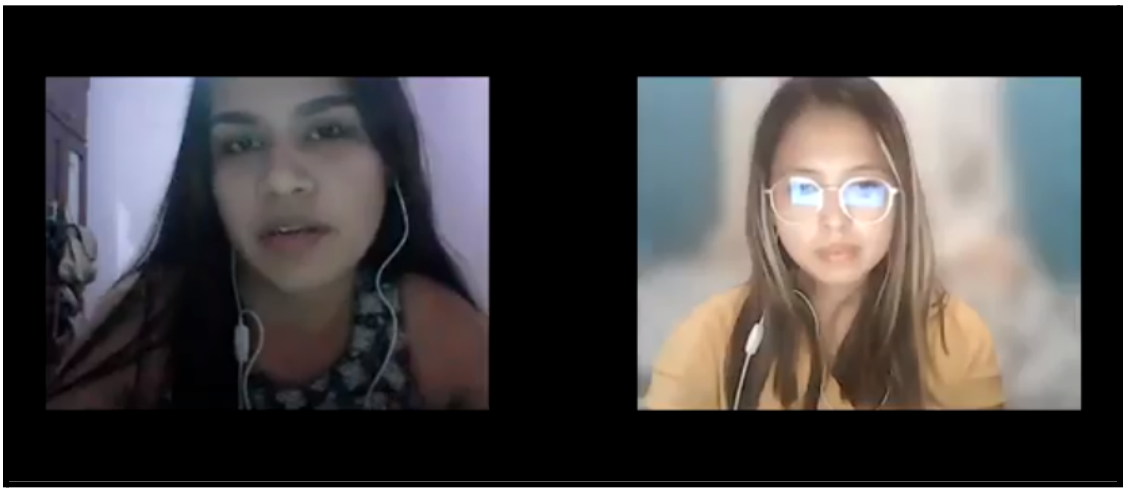
1	¿Cuántos años lleva en el ámbito periodístico?
2	¿En qué medios ha trabajado?
3	Desde su perspectiva,¿qué tan beneficiosas o perjudiciales son las redes sociales?
4	¿Qué impacto tienen los medios digitales como fuente de información en el Cantón Huaquillas?
5	¿Considera usted que actualmente se está haciendo buen uso de los medios digitales en Huaquillas?
6	¿Qué hace falta para que los medios digitales mantengan una estructura adecuada?
7	¿Qué se necesita para construir un programa dentro de un medio digital?
8	¿Qué géneros periodísticos cree que son útiles en un programa digital de noticias?
9	¿Qué tipos de contenidos se deberían aplicar en los programas digitales?
10	¿Qué horarios son los adecuados para realizar un programa informativo?

Anexo 2. Entrevista al Sr. José Vinces - Vinces TV

Anexo 3. Entrevista a la Lcda. Briggite Romero - Radio y Televisión Génesis

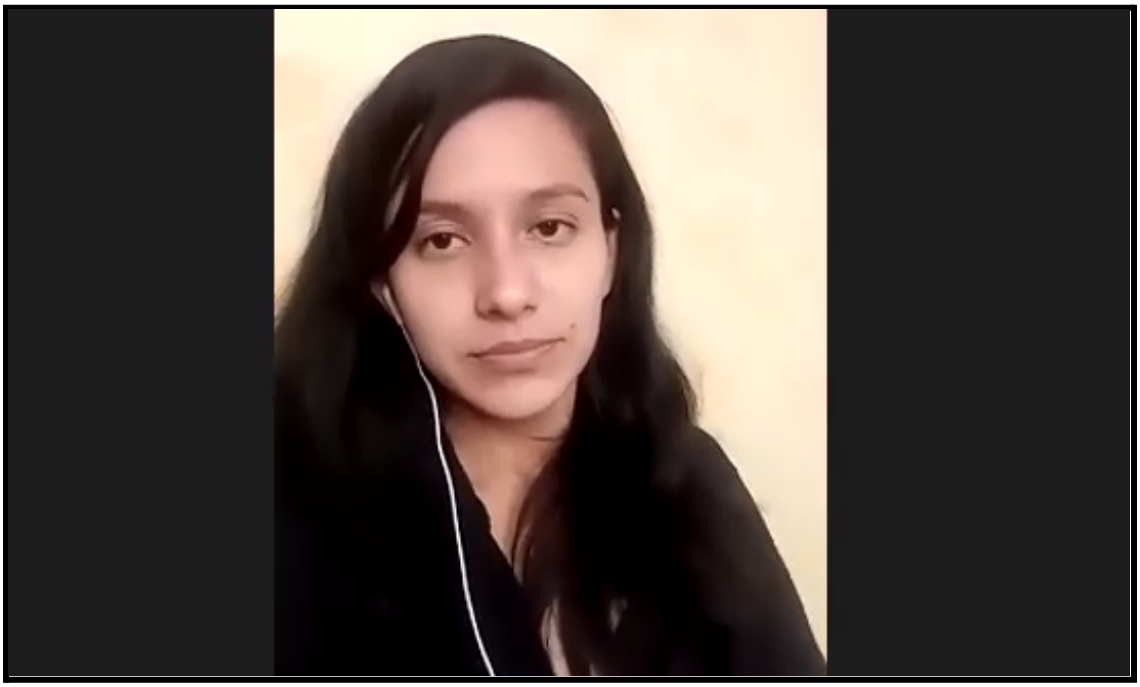
Anexo 4. Entrevista a la Lcda. Tatiana Saltos - Radio y Televisión Génesis

Anexo 5. Entrevista a la Lcda. Briggite Pérez - Knoticias



Anexo 6. Entrevista al Lcdo. Alexander Saldarriaga - Play Studio

Anexo 7. Entrevista a la Lcda. Tatiana Sandoval -Mediafacs Deporte



Anexo 8. Entrevista al Lcdo. Raymond Maldonado - GAD Municipal Huaquillas

Anexo 9. Entrevista al Sr. Vicente Fárez - Radio y Televisión Génesis

- **Entrevistas completas**

https://drive.google.com/drive/folders/1yfQPbAyPTNrjVXvP1oA0fxmP5KMbXkXj?usp=sharing

Anexo 10. Grabaciones

Anexo 11. Reportaje audiovisual

- **Reportaje Migración en la Frontera**

https://drive.google.com/drive/folders/1UoOhERka-1ulax9PapQzr0m9ThbyoH8O

Anexo 12. Entrevistas en el programa Informa Tv