



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE (UTN)

FACULTAD: FECYT

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR, MODALIDAD DE PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN**

TEMA:

**“ANÁLISIS SOBRE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA
TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN LOCALES DE SANTO DOMINGO DE LOS
TSÁCHILAS”**

Modalidad: En línea

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

Línea de investigación: Desarrollo Social y del Comportamiento Humano

Autor: José Javier Moreno De La Cruz

Director: Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

Ibarra -Marzo– 2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1720860186		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MORENO DE LA CRUZ JOSE JAVIER		
DIRECCIÓN:	SANTO DOMINGO, ASISTENCIA MUNICIPAL 2		
EMAIL:	jjmorenod@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MOVIL:	0967517117

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ANÁLISIS SOBRE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS
AUTOR (ES):	Moreno De La Cruz José Javier
FECHA: (DD/MM/AAAA)	10 de marzo de 2025
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	☒ PREGRADO ☐ POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Comunicación
ASESOR/DIRECTOR	Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 10 días, del mes de marzo de 2025

EL AUTOR:



José Javier Moreno De La
Cruz
C.I. 1720860186

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 10 de marzo de 2025

MSc. Judith Bayas Jiménez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

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

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a hand-drawn oval. The signature appears to be "Judith Bayas Jiménez". Below the signature is a dotted line.

MSc. Judith Bayas Jiménez
C.C.: 1002798096

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis queridos padres, José Vicente Moreno Portocarrero y Sara Rosario De La Cruz Padilla, que desde niño me han inculcado el valor de la responsabilidad, el respeto, la honestidad y la pasión, mismos que han sido fundamentales para formar mi carácter y mi persona. Gracias a ellos por siempre enseñarme con el ejemplo y corregirme con el cariño y experiencia. Este trabajo no hubiese sido posible sin ellos, ya que fueron los primeros en motivarme a seguir estudiando y formarme como profesional, no hay mayor herencia que la educación y el amor.

También dedico este trabajo a todos quienes han sido parte de este proceso a lo largo de estos años, familiares, amigos y personas que han pasado por mi vida dejando experiencias, vivencias y conocimientos que fueron valiosos para poder desempeñarme como estudiante y ahora profesional.

Quiero dedicar estas palabras también a mis compañeros de carrera, aquellos que empezaron junto a mi esta aventura, que pasaron por diversas adversidades, cada uno con historia y motivaciones distintas, pero con el mismo sueño y la meta de ser un profesional de la comunicación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme con cada una de las cosas que ha traído a mi vida, entre ellas familia, amigos, experiencias y vitalidad.

Agradezco a quienes han sido parte de este proceso educativo, a la Msc. Gabriela Arcos por su constancia y preocupación durante todo mi proceso de aprendizaje. A la Msc. Judith Bayas, por su acompañamiento durante la elaboración de este trabajo de investigación. Agradezco también a la Msc. Gabriela Garcés por su paciencia y contribución profesional en el desarrollo de este trabajo. Finalmente agradezco a cada uno de los docentes que han sido parte de este camino y que han compartido sus conocimientos y experiencias desde el humanismo y profesionalismo.

Gracias a todos quienes me han acompañado en este proceso tan importante durante mi vida personal y profesional.

RESUMEN

Los medios de comunicación a lo largo de la historia han tenido cambios significativos, no solo en la forma de presentar contenidos sino también en las herramientas que utilizan para elaborarlos. Esta investigación se realizó en Santo Domingo de los Tsáchilas y tuvo como objetivo analizar y visibilizar la realidad de los medios de comunicación locales en cuanto al uso de narrativas y herramientas tecnológicas para el desarrollo de sus actividades comunicacionales. Se utilizó una metodología de investigación mixta, cuantitativa y cualitativa, misma que permitió obtener información que resuelve las principales preguntas de investigación, que centran su atención en determinar si los medios de comunicación locales están actualizados en narrativas y tecnología. Para dar respuesta a estas interrogantes fue necesario aplicar herramientas como la encuesta, ficha de observación y la entrevista. Los hallazgos a partir de estas herramientas indican que, en la actualidad los medios de comunicación tradicionales locales de Santo Domingo de los Tsáchilas aún mantienen un número considerable de público y al contrario de lo que parece, estos se mantienen vigentes y pueden hacerlo siempre y cuando se adapten a los cambios y necesidades de consumo actuales, a partir de esto, hay que mencionar que estos utilizan narrativas y herramientas tecnológicas tradicionales que no han tenido cambio ni evolución en los últimos años, esto podría afectar en la preferencia de los públicos por seguir consumiendo contenidos producidos por medios de comunicación tradicionales y por ende su migración a los espacios digitales. Se concluye que, la innovación no solo debe darse en narrativas o tecnología, sino también con la actualización de conocimientos de quienes laboran dentro de los medios de comunicación locales.

Palabras clave: Uso de narrativas, Santo Domingo de los Tsáchilas, medios de comunicación tradicionales, desarrollo tecnológico

ABSTRACT

The media throughout history have undergone significant changes, not only in the way they present content but also in the tools they use to produce it. This research was carried out in Santo Domingo de los Tsáchilas and aimed to analyze and make visible the reality of local media in terms of the use of narratives and technological tools for the development of their communication activities. A mixed, quantitative and qualitative research methodology was used, which allowed obtaining information that answers the main research questions that focus on determining whether local media are up to date in narratives and technology. To answer these questions, it was necessary to apply tools such as the survey, observation form and interview. The findings from these tools indicate that, currently, local traditional media in Santo Domingo de los Tsáchilas still maintain a considerable number of audiences and, contrary to what it seems, they remain current and can do so if they adapt to current changes and consumption needs. From this, it should be mentioned that they use traditional narratives and technological tools that have not changed or evolved in recent years. This could affect the public's preference to continue consuming content produced by traditional media and therefore their migration to digital spaces. It is concluded that innovation should not only occur in narratives or technology, but also with the updating of knowledge of those who work within local media.

Keywords: Use of narratives, Santo Domingo de los Tsáchilas, traditional media, technological development.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	3
1.El periodismo, historia y desarrollo.....	3
1.1 Historia del periodismo.....	3
1.2 El periodismo en el Ecuador	4
1.3 Las primeras publicaciones periodísticas en Ecuador.	5
Tabla 1 Cronología de las primeras publicaciones	5
1.4 Los medios tradicionales – Radio y Televisión.....	7
1.5 Surgimiento de la radio y el periodismo radiofónico.	7
1.6 Surgimiento de la televisión y el periodismo televisivo.....	8
1.7 La Radio y Televisión digital.....	9
1.8 Nuevas tecnologías en el desarrollo de periodismo.....	10
1.8.1 La tecnología en la producción de contenidos periodísticos.	10
1.8.2 Uso de la inteligencia artificial en la producción de contenidos.....	12
1.9 Medios de comunicación en Santo Domingo de los Tsáchilas.....	12
1.9.1 Medios tradicionales	13
1.9.2 Medios digitales	14
CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	14
2.1 Tipo de investigación	14
2.2 Técnicas e instrumentos de investigación	15
Observación:	16
Entrevista	16
2.3 Materiales.....	17
2.4 Preguntas de investigación.....	17
2.5 Matriz de operacionalización de variables	18
Tabla 2 <i>Matriz de variables de investigación</i>	18
Tabla 3 <i>Matriz de variables de investigación – entrevista</i>	19
Tabla 4 <i>Matriz de variables de investigación – encuesta</i>	21
Tabla 5 <i>Matriz de variables de investigación – ficha de observación</i>	22
2.6 Participantes.....	25
Tabla 6 <i>Población de Santo Domingo de los Tsáchilas a partir de 15 años</i>	25
2.7 Procedimiento	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28

3.1 Resultados de investigación cuantitativa.....	28
Figura 1. Género.....	28
Figura 2. Edad.....	28
Figura 3. ¿Usted prefiere medios digitales o tradicionales?	29
Figura 4. ¿Cuál es el medio local que más consume?	29
Figura 5. ¿Con qué frecuencia consume los medios de comunicación tradicionales?	30
Figura 6. ¿Para informarse, con qué frecuencia usted prefiere el formato de videos cortos (duración menor a 60 segundos) con información resumida?	31
Figura 7. ¿Para informarse, con qué frecuencia usted prefiere el formato de videos largos (duración mayor a 60 segundos) con información ampliada?	31
Figura 8. ¿En los formatos audiovisuales, por qué prefiere un formato a otro?	32
Figura 9. ¿Con qué frecuencia usted prefiere para el consumo de información el formato de imágenes más texto con información resumida?.....	33
Figura 10. ¿Con qué frecuencia usted prefiere el formato de imágenes con un texto e información completa?.....	33
Figura 11. ¿En los formatos visuales, por qué prefiere un formato a otro?	34
Figura 12. ¿Qué tanto siente usted que se informa a través de su medio local de preferencia?	34
Figura 13. En general, ¿cuál es su opinión sobre la calidad informativa de los medios de comunicación locales?.....	35
3.2 Análisis de entrevista	35
Tabla 7 Análisis de entrevistas	35
3.3 Análisis de la observación.....	39
Tabla 8 Observación a Tú Radio	39
Tabla 9 Observación a Zaracay Televisión.....	41
Tabla 10 Resolución de las preguntas de investigación.....	42
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	49
4.1 Descripción de la propuesta	49
4.2 Manual de recomendaciones NT.....	50
4.3 Estructura del manual.....	50
4.4 Nombre de la propuesta.....	50
4.5 Objetivo general.....	51
4.6 Objetivos específicos.....	51
4.7 Beneficiarios	51
4.8 Proyección.....	52
4.9 Enlace y QR del producto	52
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
5.1 Conclusiones.....	53

5.2 Recomendaciones.....	54
Referencias.....	56
ANEXOS.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cronología de las primeras publicaciones.....	5
Tabla 2 <i>Matriz de variables de investigación</i>	18
Tabla 3 <i>Matriz de variables de investigación – entrevista</i>	19
Tabla 4 <i>Matriz de variables de investigación – encuesta</i>	21
Tabla 5 <i>Matriz de variables de investigación – ficha de observación</i>	22
Tabla 6 <i>Población de Santo Domingo de los Tsáchilas a partir de 15 años</i>	25
Tabla 7 <i>Análisis de entrevistas</i>	35
Tabla 8 <i>Observación a Tú Radio</i>	39
Tabla 9 <i>Observación a Zaracay Televisión</i>	41
Tabla 10 Resolución de las preguntas de investigación.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Género</i>	28
Figura 2. <i>Edad</i>	28
Figura 3. <i>¿Usted prefiere medios digitales o tradicionales?</i>	29
Figura 4. <i>¿Cuál es el medio local que más consume?</i>	29
Figura 5. <i>¿Con qué frecuencia consume los medios de comunicación tradicionales?</i>	30
Figura 6. <i>¿Para informarse, con qué frecuencia usted prefiere el formato de videos cortos (duración menor a 60 segundos) con información resumida?</i>	31
Figura 7. <i>¿Para informarse, con qué frecuencia usted prefiere el formato de videos largos (duración mayor a 60 segundos) con información ampliada?</i>	31
Figura 8. <i>¿En los formatos audiovisuales, por qué prefiere un formato a otro?</i>	32
Figura 9. <i>¿Con qué frecuencia usted prefiere para el consumo de información el formato de imágenes más texto con información resumida?</i>	33
Figura 10. <i>¿Con qué frecuencia usted prefiere el formato de imágenes con un texto e información completa?</i>	33
Figura 11. <i>¿En los formatos visuales, por qué prefiere un formato a otro?</i>	34
Figura 12. <i>¿Qué tanto siente usted que se informa a través de su medio local de preferencia?</i>	34

Figura 13. <i>En general, ¿cuál es su opinión sobre la calidad informativa de los medios de comunicación locales?</i>	35
---	----

INTRODUCCIÓN

El consumo de televisión o radio con fines informativos en la actualidad se ve opacado por la aparición de las plataformas digitales y las herramientas electrónicas, esto sucede a nivel internacional y nacional, en Santo Domingo de los Tsáchilas los medios mantienen un estilo informativo que en ocasiones no resulta del todo atractivo para los televidentes o radioescuchas y esto se debe a la forma tradicional en la que producen y difunden el contenido sin aprovechar todas las ventajas que brindan las herramientas tecnológicas para potenciar la forma de hacer periodismo o de difundir contenidos.

Este problema se traduce en que en Santo Domingo se ha venido desarrollando la actividad periodística de una forma muy básica y tradicional, si bien los medios de comunicación tradicionales de la provincia han migrado también a los espacios digitales, no existe mayor cambio en su narrativa, contenidos o forma de exponer la información comparándolo con medios tradicionales europeos como Radio Televisión Española. El desarrollo tecnológico en medios de comunicación santodomingueños de igual forma se ha visto estancado pues a la hora de observar superficialmente los contenidos de estos no se percibe cambio alguno o mejora en la calidad de la señal, de video y audio, u otros aspectos en los que interviene la tecnología.

Todos estos elementos resultan determinantes para que exista desinterés de los receptores por consumir televisión o radio local llevándolos a preferir otro tipo de medios de comunicación, por ello surgen las interrogantes ¿la ciudadanía en Santo Domingo sigue consumiendo medios de comunicación convencionales de la localidad? ¿de qué forma los medios de comunicación tradicionales de Santo Domingo utilizan herramientas digitales para potenciar sus narrativas? y ¿de qué forma se están adaptando a los cambios tecnológicos? ¿estarían dispuestos a cambiar su forma de trabajar para adaptarse a las necesidades actuales de los consumidores?

Santo Domingo de los Tsáchilas, es una joven provincia ubicada al centro norte del país, en donde, al igual que el comercio la actividad comunicacional ha tomado importancia para la población. Más allá del consumo de medios tradicionales nacionales, los medios locales se han abierto paso en la actividad periodística satisfaciendo las necesidades de los usuarios en el ámbito comunicacional e informativo en la difusión de contenidos referentes a hechos y sucesos locales.

Debido a la migración masiva de muchos usuarios de medios de comunicación convencionales a medios digitales es necesario analizar en qué medida la población de Santo Domingo consume televisión y radio local, a su vez conocer la razón por la cual no lo hacen, de qué forma los medios más populares desarrollan los contenidos y si estos son atractivos para los receptores. Por otra parte, es fundamental conocer si los medios se están adaptando e innovando en el campo periodístico/tecnológico, por ello en esta investigación se aplican herramientas de recolección de información como la encuesta para a través de preguntas de opción múltiple despejar las principales dudas en cuanto a la relación que existe entre los públicos y los medios tradicionales locales, y a la vez medir la popularidad de estos. Se analiza a los medios de comunicación tradicionales locales más populares de acuerdo con la encuesta y por medio de la observación a sus narrativas tanto en redes como en señal abierta para identificar la manera en la que los mismos desarrollan la labor periodística. Por otro lado, se determina si existe implementación de tecnología para la producción de sus contenidos por medio de una entrevista a los profesionales de los medios de comunicación con mayor popularidad entre los encuestados, diálogo que a su vez permite conocer las herramientas que se utilizan, para posteriormente construir una guía de recomendaciones con herramientas tecnológicas y cambios en las narrativas que pueden utilizar para mejorar el desarrollo de sus actividades en el campo periodístico. Estos aspectos son importantes ya que dan a conocer cuáles son las falencias que tienen los medios de comunicación locales en el desarrollo de la labor informativa, educativa y de entretenimiento, permitiéndoles adaptar sus productos a las necesidades de consumo y al desarrollo tecnológico.

Los medios de comunicación locales de Santo Domingo son los principales beneficiarios de esta investigación, además, servirá de precedente para evitar el estancamiento en estrategias comunicacionales de los medios tradicionales. Este modelo de investigación puede ser aplicado de la misma forma para conocer la realidad de otros medios de comunicación locales en las distintas provincias del Ecuador quienes serían beneficiados indirectamente por la misma.

Esta investigación tiene como objetivo analizar el desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo en los medios de comunicación locales de Santo Domingo de los Tsáchilas para reconocer las principales falencias en estos aspectos y si esto incide en las audiencias para preferir el consumo de medios tradicionales locales por otros formatos informativos. Para alcanzar este objetivo se han establecido tres objetivos

específicos, entre ellos identificar los principales medios de comunicación tradicionales locales que mayor aceptación tienen entre los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas estableciendo un registro de estos, por otro lado, identificar las herramientas, programas, aplicaciones e insumos tecnológicos que están utilizando los medios de comunicación tradicionales en la ejecución de sus actividades. A su vez es importante determinar las narrativas que los medios de comunicación locales aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para ello, y finalmente establecer una guía de recomendaciones con herramientas tecnológicas que pueda ayudar a los medios a potenciar sus capacidades y mejorar los procesos de producción de contenidos adaptados a los espacios digitales y la difusión de la información en estos entornos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.El periodismo, historia y desarrollo

1.1 Historia del periodismo

Para hablar de esta actividad y de su origen, es necesario comprender de que se trata, el periodismo se puede definir como una actividad profesional en la cual intervienen la investigación, producción y difusión de información sobre hechos o acontecimientos noticiosos que son de interés público. El periodismo se puede ejercer en los medios de comunicación ya sean, radio, televisión, prensa, o lo más actual, en redes sociales.

Gomis (1991), define el periodismo como un “método de interpretación sucesiva de la realidad social” y aclara que es más noticioso un hecho que tendrá repercusión que el que no la tiene, con ello indica que los medios de comunicación pueden ser juzgados por su capacidad de seleccionar los contenidos (p.12).

Desde la antigüedad el periodismo se ha desarrollado como una actividad cotidiana para la difusión de información, aunque en sus inicios no era definida como tal sino más bien como un ejercicio inconsciente. Algunos teóricos coinciden en que el periodismo puede conceptualizarse a partir de dos momentos cronológicos, antes de la tecnología o época tecnológica y a partir de los primeros rasgos de comunicación informativa, como en la antigua Roma donde se registraban las actividades o acontecimientos en actas, memorias o escritos, lo cual con el tiempo daría origen al periodismo en rasgos primitivos, pero con el mismo fin. El primer periódico de la historia

es el Acta Diurna que data del año 131 a.C. y que duró hasta el 330 d.C, en la cual “aparecían las obras diarias del Senado (acta diurna, commentaria Senatus) y las anotaciones públicas de los acontecimientos de las asambleas populares y los tribunales, así como de nacimientos, muertes, matrimonios y divorcios (acta diurnos urbis), llegando incluso a contener lecturas astrológicas y una columna de chismes de romanos famosos” (Norman, 2017, párr. 2).

Y el otro, a partir de la aparición de la tecnología que permitió replicar a mayor escala la difusión de información por medio de la impresión con fines noticiosos con la invención de la imprenta (Risco, 2019).

Sin duda, el periodismo ha sufrido varios cambios a lo largo de la historia, desde comenzar siendo una función para comunicar los acontecimientos de la vida pública y política, hasta llegar a convertirse en un instrumento de propaganda para enlistar soldados durante la guerra en Viena en 1529, todo esto acompañado de cambios en la forma de difundir la noticia y en el formato e impresión de esta. El periodismo ha tenido varios soportes a lo largo de la historia, en su origen, se inicia ejerciendo de forma oral, posteriormente escrita, luego impreso, en audio, visual y audiovisual; y en la actualidad en forma digital lo cual ha permitido que esta actividad profesional pueda adaptarse a distintos formatos, pero todo esto no hubiese sido posible sin los avances en la tecnología que han facilitado el trabajo en cada época.

1.2 El periodismo en el Ecuador

La política ha sido el desencadenante y motor de muchos hechos sociales. En Ecuador el periodismo, a partir de las necesidades que tenía la política para difundir sus mensajes, se consolidó como una actividad profesional que adquirió relevancia gracias a su influencia y a la capacidad de generar opinión pública a través de la información. La llegada de la imprenta al país significó para aquella época un gran avance, al contar con la tecnología que permitió al periodismo avanzar en la distribución masiva de la información, y con la fuerte influencia de la realidad político-religiosa, se dieron las condiciones idóneas para la impresión de un documento de carácter informativo, distribuido de forma periódica, nos referimos a *Primicias de la Cultura de Quito* el primer periódico del Ecuador, cuyo contenido se basaba en la distribución de información política con carácter informativo, pero a la vez con el objetivo de educar (Punín y Rivera, 2014).

Desde las primeras formas de periodismo en Ecuador, la profesión ha sufrido importantes cambios principalmente afectada por los desafíos políticos, sociales y tecnológicos, además de obstáculos como la censura. En la actualidad, al menos en Ecuador, gracias a la aparición de herramientas digitales, los medios de comunicación han logrado mayor alcance, por ende, la actividad periodística ha tenido mayor presencia no solo por parte de los medios sino también por quienes desarrollan periodismo de forma independiente y no profesional, esto, a su vez provoca que la información carezca de sustento puesto que pudo haber sido tratada sin seguir los códigos deontológicos del periodismo profesional.

1.3 Las primeras publicaciones periodísticas en Ecuador.

A partir de la primera publicación periodística *Primicias de la Cultura de Quito*, el primer periódico del Ecuador, fundado por el Dr. Eugenio Espejo, quien ejerció como médico, filósofo y periodista ecuatoriano surgen en la época más publicaciones cuya línea sigue las establecidas por Espejo, propiciándose así el ambiente adecuado para la expansión del periodismo en Ecuador enfocado en lo político y liberalista según la época (Punín y Rivera, 2014).

Desde que se comprendió la importancia de difundir información de carácter noticioso, sobre los acontecimientos locales y nacionales, empiezan a surgir más escritos que apoyados del avance que supuso la imprenta en el país, lograron extender su alcance.

En la tabla 1 se muestra de manera cronológica las distintas publicaciones periodísticas que surgieron en el país.

Tabla 1 Cronología de las primeras publicaciones

AÑO DE APARICIÓN	NOMBRE DE LA PUBLICACIÓN	CIUDAD DE APARICIÓN
1792	<i>Primicias de la Cultura de Quito</i>	Quito
1809	<i>Gaceta de la Corte de Quito</i>	Quito
1810	<i>Gaceta de la Corona</i>	Quito
1810	<i>Gaceta Curiosa</i>	Quito
1817	<i>El Ocho de Septiembre</i>	Quito

1819	<i>El Conservador</i>	Quito
1821	<i>El Patriota de Guayaquil</i>	Guayaquil
1822	<i>El Republicano del Sur</i>	Guayaquil
1823	<i>El Monitor Quiteño</i>	Quito
1824	<i>La miscelánea de Guayas</i>	Guayaquil
1825	<i>El Noticiosito</i>	Quito
1825	<i>El Espectador Quiteño</i>	Quito
1827	<i>El Imperial</i>	Quito
1828	<i>El Ruiseñor</i>	Guayaquil
1828	<i>El Eco del Azuay</i>	Cuenca
1830	<i>El Colombiano</i>	Guayaquil
1832	<i>El Ecuatoriano del Guayas</i>	Guayaquil
1833	<i>El Quiteño Libre</i>	Quito
1842	<i>La Linterna Mágica</i>	Quito
1842	<i>El Vengador</i>	Quito
1842	<i>El Zurriago</i>	Guayaquil
1850	<i>La Ilustración</i>	Guayaquil
1857	<i>La Opinión de Manabí</i>	Manabí
1857	<i>El Eco de Manabí</i>	Manabí
1857	<i>El Clamor</i>	Machala
1860	<i>El Diario de Guayaquil</i>	Guayaquil
1863	<i>Los Andes</i>	Guayaquil
1864	<i>La Calaña</i>	Loja
1864	<i>La Época</i>	Latacunga
1864	<i>Orden y Libertad</i>	Riobamba
1866	<i>El Cosmopolita</i>	Quito
1874	<i>La Dictadura Perpetua</i>	Quito
1876	<i>El Regenerador</i>	Quito
1878	<i>La Nación</i>	Tulcán
1880	<i>El Correo del Azuay</i>	Cuenca
1884	<i>La Prensa</i>	Azogues
1884	<i>El Telégrafo</i>	Quito
1886	<i>El Espectador</i>	Quito
1888	<i>El Iris</i>	Azogues
1889	<i>El Diario de Avisos</i>	Guayaquil
1889	<i>El Globo</i>	Guayaquil
1891	<i>El Tiempo</i>	Guayaquil
1895	<i>El Grito del Pueblo</i>	Guayaquil
1895	<i>El Pichincha</i>	Quito
1896	<i>La Luz</i>	Cuenca

Fuente: Punín, M. I., & Rivera Rogel, D. E. (2014).

1.4 Los medios tradicionales – Radio y Televisión

Por mucho tiempo, antes de la aparición de las redes sociales y de las herramientas digitales, los medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión dominaban como los canales de difusión de información más importantes e influyentes en la sociedad. Su invención fue un antes y un después ya que cambiaron no solo la forma de comunicar y difundir noticias, sino también el consumo y hábitos en la vida de todas las familias, según García (1980).

1.5 Surgimiento de la radio y el periodismo radiofónico.

El surgimiento de la radio significó un cambio radical en la forma de hacer comunicación y difundir información. La radio se convirtió en una herramienta que proporcionaba la oportunidad de acceder a la información de una forma rápida e inmediata, además se convirtió en un medio de comunicación con alcance masivo y que llegaba fácilmente a captar la atención de quienes la escuchaban, debido a la proxemia que se producía entre los locutores y el radioescucha, agregando a esto la narrativa e intención en la locución.

Este desarrollo fue algo que se dio gracias al conjunto de conocimientos de varios inventores como: Michael Faraday, que en 1831 planteó la hipótesis de la existencia de campos de fuerza eléctricas, magnéticas o gravitacionales entre objetos, a James Clark Maxwell, autor de la teoría que permitió relacionar los fenómenos eléctricos y magnéticos, a Joseph Henry, descubridor de la autoinducción en 1832, a Heinrich Hertz que demostró experimentalmente en 1888 la existencia de ondas electromagnéticas y a Edouard Branly, que inventó el primer detector (el "cohesor") para señales inalámbricas. Por otro lado, Alexander Popov, inventor de la antena y Christian Huygens, un matemático y astrónomo holandés que en el siglo XVII (en 1678) propuso una teoría donde sostenía que la luz es una perturbación que se propaga en un medio en forma de onda (Schaper, 2002, p.11).

Para aquella época, la radio fue una revolución tecnológica puesto que nunca nadie había podido disfrutar de una experiencia sonora transmitida en vivo y además que transportaba información, algo impensable por aquel tiempo. Por otro lado, al convertirse en un medio de comunicación que permite la difusión de información de forma masiva dio

lugar a que se desarrolle el periodismo radiofónico, formato que es empleado para la comunicación de masas e informativa y que prescinde de la precariedad del papel y la tinta para adaptarse al sonido y a la electricidad.

Son muchos los aportes que se han hecho en pro de la ciencia y la tecnología, en tan pocos años el ser humano ha avanzado mucho tecnológicamente y socialmente; esto se ha visto reflejado también en el campo comunicacional.

1.6 Surgimiento de la televisión y el periodismo televisivo.

La televisión resultó ser una innovación tecnológica que impactó en la palestra comunicacional al aparecer como un aparato tecnológico que revolucionó la forma de hacer comunicación y entretenimiento que permite la transmisión de información a través de la imagen en movimiento, en principio a blanco y negro y posteriormente a color. Según mencionan Pauloni y Codoni (2013).

La prehistoria de la televisión se extiende desde finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este período, un grupo de investigadores provenientes de Estados Unidos, Inglaterra, Francia y Alemania se propusieron transmitir imágenes a distancia, con el fin de brindar un servicio público que permitiera el envío de documentos para facilitar trámites burocráticos y/o administrativos. Los primeros intentos, que concluyeron en la fototelegrafía, se remontan a 1884. El ingeniero alemán Paul Nipkow, obsesionado con la idea de transmitir una imagen a distancia, inventó el primer sistema de televisión de la historia: el disco de exploración lumínica o disco de Nipkow. (p.2)

Varios científicos contribuyeron con sus conocimientos para la invención de este sistema complejo que en un primer momento transmitía señales e imágenes a blanco y negro pero que con el tiempo desarrollaría la posibilidad transmitir las imágenes a color permitiéndole a la audiencia reconocer mejor lo que estaba viendo y situar los espacios.

A este punto la televisión en el campo periodístico permitió presentar la información o noticias de forma que se combina la imagen, el sonido y la narración para ofrecer a quienes veían y ven televisión (televidentes) una experiencia completa y dinámica. Que la televisión tenga la capacidad de combinar la imagen, audio y narración otorgó la capacidad de apelar al lado emocional de la audiencia, por otro lado, el poder transmitir en directo y en tiempo real lo que sucedía en cualquier punto del mundo la convirtió en una herramienta comunicacional central, que se consolidó como una fuente de información confiable y actualizada.

1.7 La Radio y Televisión digital

La digitalización de los medios convencionales y además la implementación de la tecnología para procesos comunicacionales, ha transformado totalmente la forma en la que se produce y distribuye la información, a la vez la forma en la que los usuarios interactúan con esta. El cambio de lo analógico a lo digital ha permitido que la televisión y la radio puedan adaptarse a las nuevas plataforma y formatos que hacen que el contenido sea más dinámico e interactivo. Para Llanos (2021) “el gran azote de la pandemia y la disminución de venta de periódicos ocasionó una migración hacia los medios digitales. Plataformas como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram tienen gran alcance en lo que a medios de comunicación concierne” (p. 25).

Si bien al principio resultó ser un proceso algo confuso tanto para los medios como para los usuarios pasar de lo analógico a lo digital, debido a la innovación que suponía la aparición de dicha tecnología, posteriormente resultó ser una vía de expansión inmediata y accesible, que adquirió mayor poder y que ayudó a los medios de comunicación tradicionales a mantenerse activos y relevantes a través de lo digital.

La digitalización de los medios de comunicación tradicionales ha dotado de nuevas herramientas y posibilidades a las que pueden acceder, permitiendo adaptar sus contenidos a nuevos formatos que enriquecen su valor. En el caso de la televisión, los soportes digitales han permitido elevar la calidad en su emisión, de igual forma brindan la posibilidad de acceder a contenidos sin restricción horaria, esto significa que el usuario puede disfrutar de los contenidos en cualquier momento del día, a través de cualquier dispositivo móvil, tableta, PC o computadora portátil, y seguir consumiendo el contenido a partir del tiempo de su última conexión o interacción con el espacio digital, algo que la televisión analógica no permite debido a su configuración de emisión en directo. En cuanto a la radio, su adaptación al entorno digital viabiliza que, a más de las emisiones tradicionales, se puedan disfrutar contenidos a través de podcasts y emisoras en línea, lo que ofrece una experiencia más personalizada permitiendo al consumidor ser quien determine las configuraciones para disfrutar del contenido que ofrezca la plataforma del medio de comunicación.

Desde la aparición de la web 2.0, los medios de comunicación tradicionales vieron en ella una oportunidad para trasladarse a aquellos espacios que les brindaban la posibilidad de extender su alcance y además configurarse, de forma que la información no solo quede en la emisión al aire, sino también dentro de un entorno infinito en el que el espectador o usuario tan solo con ingresar a su espacio en la red pudiese tener acceso a toda aquella

información transmitida o incluso tener acceso a contenido exclusivo que el propio medio de comunicación produzca.

En el caso de la radio y la televisión, su adaptación a los espacios digitales ha significado una oportunidad para reinventarse y con ello adaptar sus contenidos de acuerdo con las necesidades y demanda del público el cual es analizado a través de algoritmos y data para comprender la demanda y utilizar los mismos a su favor.

1.8 Nuevas tecnologías en el desarrollo de periodismo.

1.8.1 La tecnología en la producción de contenidos periodísticos.

Durante mucho tiempo los medios como la radio y la televisión mantuvieron como característica el ser medios de comunicación análogos, lo que significa que su emisión o durabilidad era efímera y que su contenido no tenía mayor permanencia al aire que la del momento de sus emisiones. Un programa en directo duraba lo que tenía que durar y quien se lo perdía no podía hacer nada para volver a verlo o escucharlo. Los avances tecnológicos y la aparición de la web 2.0 permitió que esto se convierta en cosa del pasado, pues la digitalización permitió la permanencia de estos contenidos en la web.

También la tecnología ha simplificado la forma en la que se producen los contenidos comunicacionales, ahorra mucho más tiempo a los periodistas o profesionales de la comunicación en realizar ciertos procesos que anteriormente por la falta de herramientas y tecnología tardaban más en comparación a la actualidad.

Las tecnologías han llegado para revolucionar los soportes de los medios de comunicación, y desde su llegada se ha temido por la posible desaparición de algunos medios tradicionales como la prensa. Sin embargo, lejos de ocurrir esto, muchos de los medios tradicionales han visto en ella, una oportunidad de renovación, al punto de convertirse en una herramienta de difusión de fácil acceso. (Solórzano et al., 2024)

La posibilidad de establecer una conexión en directo con el público o audiencia hace visible los alcances del periodismo, además de poder llegar con la información de forma inmediata a cualquier punto con acceso a señal, internet o cobertura móvil. En aspectos técnicos, otras herramientas tecnológicas de grabación, de edición, iluminación, entre otros, también han transformado el proceso productivo de contenidos periodísticos.

En el caso de la televisión, el desarrollo de programas para la grabación y edición de video profesionales y emergentes, han permitido que se puedan crear productos

periodísticos con mayor calidad y con narrativas que captan la atención de los espectadores, los programas de edición de audio y video, programas de generación de gráficos, retoques de color, aplicación de efectos digitales, son parte de este gran cambio que enriquecen el aspecto visual.

Visualmente, en televisión dentro de los primeros informativos al aire se observaban imágenes de poca calidad y una presentación de los noticieros bastante simples dando paso a imágenes pregrabadas en las que los periodistas contaban la noticia con apoyo de tomas que trataban de graficar lo que narraban, hoy la realidad es distinta, los informativos cuentan con cabeceras producidas a partir de programas de creación de gráficos que ilustran formas con colores vivos además de una sintonía musical que caracteriza al espacio informativo, al principio de la emisión aparece el periodista con los titulares, presentados en pantalla combinados en el tercio inferior con información adicional, esto generado también con programas digitales; durante toda la emisión además para dar paso de una temática a otra se visualizan transiciones con formas o efectos realizados con programas especializados para ello. Tras cámaras cada uno de los operadores y equipo de producción cuentan con herramientas tecnológicas que permiten la realización del programa en directo. Todo esto refleja el gran cambio tecnológico que existe hoy, haciendo una comparativa con las primeras emisiones de informativos hace ya más de 30 años.

En la radio es el mismo caso, la posibilidad de generar sonidos naturales y artificiales a partir de programas de edición y producción de sonido han servido de herramienta para crear productos sonoros que acompañan y dan soporte a la tarea de comunicar a través del sonido.

Hace pocas décadas los periodistas dependían de la memoria, los cuadernos de notas y bolígrafos para poder captar la información y posteriormente revisarla, estructurarla y convertirla en una nota periodística para su difusión a través de la prensa escrita. Hoy un teléfono celular inteligente simplifica esta actividad, permitiendo la posibilidad de grabar el sonido y video en tiempo real para finalmente ser procesado a través de aplicaciones de edición de audio y video, luego publicarlo o transmitirlo a través de los distintos canales comunicacionales. Este es un simple ejemplo que refleja de qué forma la aparición de las herramientas tecnológicas han ayudado en el proceso de producir contenidos periodísticos. Así mismo, la capacidad de producción de contenidos no se ha visto limitada solo por herramientas físicas como las anteriormente mencionadas, sino que también han buscado el

soporte de softwares y otros programas, tal es el caso de la IA (inteligencia artificial), misma que permite automatizar los procesos de producción de contenidos.

1.8.2 Uso de la inteligencia artificial en la producción de contenidos.

Según menciona García (2024)

Hoy en día, con la revolución digital, la IA se ha convertido en una herramienta imprescindible en la elaboración de espacios para las comunicaciones. Las noticias, los informes, el contenido audiovisual o la producción de publicidad digital y su distribución a la sociedad de consumo se ven alterados por la introducción de la IA.

La inteligencia artificial sigue adquiriendo espacio dentro de las distintas áreas de producción de contenidos. Por medio del uso de algoritmos y datos es posible generar información en base a las órdenes o comandos requeridos, esto es algo que la industria comunicacional ha utilizado a su favor, las tecnologías de IA están siendo utilizadas para personalizar la experiencia del usuario, ajustando los contenidos a los intereses y comportamientos individuales, lo que optimiza la interacción con las audiencias.

Medios de comunicación de países como España o Estados Unidos, utilizan la IA para la redacción automatizada y al mismo tiempo la emplean para la generación de espacios con realidad aumentada para graficar y presentar las noticias visualmente de forma más atractiva para el espectador, lo que hace evidente que los medios de comunicación tradicionales están buscando formas de reinventarse, adaptarse a las nuevas tecnologías y a la realidad social en la que nos encontramos. Imágenes generadas por IA ayudan en el campo periodístico a proyectar visualmente situaciones o hechos de la realidad que necesitan ser explicadas y representadas de forma que el espectador comprenda lo sucedido sin necesidad de contar con material audiovisual del hecho como tal.

No solo en el campo visual del periodismo se puede utilizar la IA, sino también en el campo sonoro, pues la generación de sonidos, melodías o incluso voces a través de la programación y la configuración de comandos permiten producir audio que puede ser utilizado en cualquier área, no solo en la industria musical o del entretenimiento.

1.9 Medios de comunicación en Santo Domingo de los Tsáchilas

Santo Domingo de los Tsáchilas es una provincia ubicada en la región occidental de Ecuador, en los flancos externos de la cordillera occidental de los Andes, a 133 km de Quito, la capital.

Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con una población de 450000 habitantes según el INEC (2022) de los cuales 357.449 habitantes son personas de 15 años en adelante.

1.9.1 Medios tradicionales

Los medios de comunicación tradicionales de Santo Domingo de los Tsáchilas están constituidos por alrededor de 20 emisoras de radio de carácter privado, 3 medios de comunicación son estaciones de televisión y aproximadamente 4, son medios de comunicación digitales.

Esta es la lista de medios de comunicación tradicionales en Santo Domingo de los Tsáchilas.

- Majestad TV
- Panorama Televisión Canal 41
- Zaracay Televisión Canal 5
- Expresión FM
- Radio Estudio
- Sonba Pamin
- Radio Marañón
- Radio Festival
- Radio Macarena 92.1 FM
- Radio Super
- Radio Mega Estación
- Estéreo Max
- Radio Flama Plus
- Radio Max
- Tú Radio
- La 99 Radio
- Diario La Hora
- Diario Centro
- Radio La Jefa

De entre todos los medios tradicionales, Radio Zaracay, es el primer medio de comunicación que tuvo Santo Domingo de los Tsáchilas.

La primera emisión de este medio de comunicación se realizó en el año de 1959 con un programa artístico que salió al aire en radio Ecos de Occidente, que un año después se

pasaría a llamar radio Zaracay. “Potente y popular transmite radio Zaracay desde Santo Domingo de los Colorados a la República del Ecuador, 965 kilociclos onda media, banda preferencial de los 90 metros”, era la introducción que emitía don Hólger Velasteguí mediante la frecuencia otorgada.

1.9.2 Medios digitales

Los medios digitales en la ciudad de Santo Domingo han adquirido un espacio importante sobre todo en redes sociales donde se han expandido convirtiéndose en una importante fuerza informativa en la provincia aproximadamente desde el año 2015, estos empezaron a publicar sus contenidos en la red social Facebook y luego con la aparición de redes sociales como Instagram y TikTok adaptaron sus contenidos a estos espacios. Hoy su fuerza informativa se concentra en la red social Instagram donde mantienen un mayor número de seguidores sobrepasando los 10.000 de usuarios que siguen sus cuentas.

La lista de medios de comunicación digitales de Santo Domingo es la siguiente:

- Santo Domingo Online (opera desde 2015)
- Infórmate Santo Domingo (opera desde 2015)
- Alerta Santo Domingo (opera desde 2020)
- Farra TV (opera desde 2010)
- Guía de Farras (opera desde 2012)

CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de investigación

Para este trabajo de investigación se aplicó un enfoque metodológico mixto, cuantitativo y cualitativo, el levantamiento de información se realizó mediante una encuesta cuyos resultados fueron interpretados para la resolución de las preguntas de investigación, esta se aplicó a través de una serie de preguntas direccionadas a cuantificar el comportamiento de las audiencias con respecto a los medios de comunicación, ayudó a establecer los datos que permitieron reconocer los dos medios de comunicación tradicionales locales más populares entre la población. Además, mediante la aplicación de la entrevista y la observación se recabaron datos que al analizarlos permitieron conocer cuál es la realidad en la actualidad en cuanto a tecnología y al desarrollo periodístico de los medios de comunicación en Santo Domingo de los Tsáchilas.

2.2 Técnicas e instrumentos de investigación

Para la obtención de información se utilizaron varios métodos:

Recolección de datos por encuesta:

La encuesta permite aplicaciones masivas, que mediante técnicas de muestreo adecuadas pueden hacer extensivos los resultados a comunidades enteras. El interés del investigador no es el sujeto concreto que contesta el cuestionario, si-no la población a la que pertenece; de ahí, como se ha mencionado, la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas (Casas et al., 2003, p.143).

Se utilizó la encuesta en la primera etapa de investigación para conocer cuáles son los dos medios de comunicación que mayor popularidad tienen entre el público encuestado, ya sean radio o televisión, además de otros datos que permitieron conocer la realidad del consumo de medios tradicionales locales en la ciudad.

192 encuestas fueron aplicadas de forma presencial en hojas impresas a personas indistintamente de su sexo, edad (a partir de los 15 años), etnia, orientación sexual, entre otros, con el fin de llegar a la población que por diversos motivos no se encuentra en los espacios digitales.

Por otro lado 192 encuestas fueron aplicadas de forma virtual a través de Forms Office para llegar al público que se encuentra en espacios digitales.

El número de la población a la cual se aplicó la encuesta se determinó por medio de una fórmula automática de población finita, con la ayuda del portal qualtrics.com, que partiendo del número de población de Santo Domingo de los Tsáchilas determinado en 357.449 habitantes de entre 15 años en adelante, se definió que el nivel de confianza en relación con ello es del 95% con margen de error del 5% resultando en un tamaño ideal de la muestra de 384 encuestados.

Cabe mencionar que se seleccionó el rango etario de personas de 15 años en adelante debido a que a partir de esta edad se considera pertinente el direccionamiento del tipo de preguntas establecidas en la encuesta, además la información fue procesada de forma crítica y con herramientas como Excel, por otro lado, la identidad de los participantes se manejó con confidencialidad.

Observación:

Como lo mencionan Sierra y Bravo (1984), citados por Díaz (2011), definen la observación se define como: “la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”. Van Dalen y Meyer (1981) “consideran que la observación juega un papel muy importante en toda investigación porque le proporciona uno de sus elementos fundamentales; los hechos” (p.7).

La observación en este estudio es una herramienta importante que permite reconocer de forma visual la manera en la que los medios de comunicación locales tradicionales trasladan sus contenidos a los espacios digitales y las estrategias que utilizan para ello. Por medio de la observación también se pueden realizar comparativas entre el trabajo que realizan otros medios de comunicación a nivel nacional e internacional en narrativas e innovación tecnológica.

Por medio de la observación en la segunda etapa de la investigación se revisó la programación de los dos medios de comunicación con mayor popularidad entre la población, según las encuestas, Tú Radio y Zaracay Televisión, además se revisó su contenido en las plataformas digitales como Instagram, Facebook y TikTok, con el fin de identificar cual es la narrativa que están utilizando en la difusión de contenidos informativos y las estrategias empleadas para su difusión.

La observación se realizó durante cinco días desde el 18 al 22 de noviembre de 2024 en el horario de 07:00 a 20:00 debido a que durante este periodo y franja horaria se emiten los contenidos objetivo de la investigación, entre ellos los informativos o noticieros.

Entrevista

“La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (Díaz et al., 2013, p.163)

En esta investigación, la entrevista es una herramienta que permite recabar información de forma directa con los participantes, esta es una herramienta efectiva para conocer la realidad de cada uno de los medios de comunicación tradicionales locales y a su vez permite tener una visión clara de lo que ocurre internamente en cuanto a las necesidades de cada medio de comunicación.

Se utilizó la entrevista para establecer una conversación directa con los dos medios de comunicación tradicionales locales que según las encuestas son los más populares entre la población encuestada, Tú Radio y Zaracay Televisión, esto permitió reconocer cuales son las tecnologías y herramientas que utilizan actualmente para la producción de sus contenidos y para el desarrollo del periodismo.

Por parte de Tú Radio se entrevistó al señor Holger Muñoz, Productor del medio de comunicación.

Y en representación de Zaracay Televisión se entrevistó al señor Rubén Gonzáles, Técnico del medio de comunicación.

2.3 Materiales

Se utilizaron 192 encuestas impresas en papel A4 y 192 encuestas digitales elaboradas en Forms Office. Las encuestas impresas se aplicaron a ciudadanos en las calles de la ciudad y en unidades educativas, para conseguir llegar a todo tipo de personas mayores de 15 años indistintamente de su sexo, etnia u otras características culturales. De igual forma se aplicaron encuestas digitales para llegar a la población que utiliza ese espacio.

Para el soporte de las encuestas se utilizaron sujeta papeles y se aplicaron la colaboración de dos personas para la recolección de datos, Joel Valencia y Alex Cedeño.

Se realizó una ficha de observación en Excel para registrar información de acuerdo con ítems determinados para el análisis de las narrativas utilizadas por los dos medios de comunicación tanto en señal abierta como en plataformas digitales.

La entrevista a Rubén Gonzáles se grabó mediante nota de voz en un dispositivo móvil iPhone 15 Pro Max y la entrevista de Holger Muñoz se registró por medio de la plataforma de videoconferencias Zoom para posteriormente poder ser analizadas e interpretadas, para el reconocimiento de las herramientas y tecnología utilizadas en los dos medios de comunicación tradicionales locales.

2.4 Preguntas de investigación

Para la resolución de esta investigación se plantearon varias preguntas:

1. ¿Cuáles son los dos principales medios de comunicación tradicionales locales que mayor aceptación tienen entre los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas?

2. ¿Cuáles son las herramientas, programas, aplicaciones e insumos tecnológicos que están utilizando los medios de comunicación tradicionales en la ejecución de sus actividades?
3. ¿Cuáles son las narrativas que los medios de comunicación locales aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para ello?

2.5 Matriz de operacionalización de variables

Tabla 2 *Matriz de variables de investigación*

Objetivos	Instrumento	Variable
OG: Analizar el desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo en los medios de comunicación locales de Santo Domingo de los Tsáchilas para reconocer las principales falencias en estos aspectos y si esto incide en las audiencias para preferir el consumo de medios tradicionales locales por otros formatos informativos.	Entrevista – Hoja de ruta y apuntes.	Desarrollo tecnológico de los medios de comunicación tradicionales locales
OE1: Identificar los principales medios de comunicación tradicionales locales que mayor aceptación tienen entre los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas estableciendo un registro de estos.	Encuesta – cuestionario de preguntas.	Popularidad de los medios de comunicación tradicionales locales.
OE2: Identificar las herramientas, programas, aplicaciones e insumos tecnológicos que están utilizando los medios de comunicación tradicionales en la ejecución de sus actividades.	Entrevista – Hoja de ruta y apuntes.	Tecnología en medios de comunicación
OE3: Determinar las narrativas que los medios de comunicación locales aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para	Observación – ficha de observación.	Desarrollo del periodismo en la actualidad.

ello.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3 Matriz de variables de investigación – entrevista

OG – OE2: Entrevista – Hoja de ruta y apuntes.			
<i>Analizar el desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo en los medios de comunicación locales de Santo Domingo de los Tsáchilas para reconocer las principales falencias en estos aspectos y si esto incide en las audiencias para preferir el consumo de medios tradicionales locales por otros formatos informativos.</i>			
<i>OE2: Identificar las herramientas, programas, aplicaciones e insumos tecnológicos que están utilizando los medios de comunicación tradicionales en la ejecución de sus actividades</i>			
Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Desarrollo tecnológico de los medios de comunicación.	Uso de tecnología para la producción de contenidos.	Software	¿Qué programas de edición y producción de video utiliza?
			¿Qué programas de edición y producción de gráficos utiliza?
			¿Qué programas para emisión en directo utiliza?
		Aparatos tecnológicos	¿Qué tipo de equipo PC utiliza?
			¿Qué equipos de producción para emisión en directo

	utiliza?
	¿Qué equipos de grabación de video utiliza?
	¿Qué equipos de grabación de audio utiliza?
	¿Qué equipos de iluminación utiliza?
	¿Qué equipos tecnológicos adicionales se utilizan en el set de TV o radio?
Herramientas tecnológicas para el manejo de redes sociales	¿Qué equipo móvil utiliza? ¿Qué equipo de audio utiliza?
Software para manejo de redes	¿Utiliza programas, app u otra herramienta para la gestión de redes?
Formatos periodísticos	¿Están realizando cambios en las narrativas periodísticas? ¿Cómo se están integrando a los cambios tecnológicos y narrativos?

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4 Matriz de variables de investigación – encuesta

OE1- Encuesta			
<i>Identificar los principales medios de comunicación tradicionales locales que mayor aceptación tienen entre los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas estableciendo un registro de estos.</i>			
Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Medios con mayor popularidad en la población.	Popularidad	Preferencias de la población	¿Prefieren consumir medios de comunicación locales o nacionales? ¿Cuál es el medio local que más consume? ¿La población prefiere medios digitales o tradicionales? 1. Tradicionales 2. Digitales ¿Por qué prefiere un formato a otro? (Abierto) ¿De una escala del 1 al 5 en escala de Likert que tanto prefiere videos menores a 60s de duración con la información resumida? ¿De una escala del 1 al 5 en escala de Likert que tanto prefiere videos largos con la información completa? ¿De una escala del 1 al 5 en escala de Likert que tanto prefiere imágenes con un texto e información resumidos?

	¿De una escala del 1 al 5 en escala de Likert que tanto prefiere imágenes con un texto e información completos?
Formato del contenido	¿Por qué prefiere un formato a otro? Escriba su respuesta
	¿De una escala del 1 al 5 en la escala de Likert siente que se informa bien a través del medio de prefiere?
	¿De una escala del 1 al 5 en escala de Likert con qué frecuencia mira los canales de comunicación tradicionales?
	¿Qué tipo de contenido es el que más consume?

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5 *Matriz de variables de investigación – ficha de observación*

OE3 - Observación – ficha de observación.			
<i>Determinar las narrativas que los medios de comunicación locales aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para ello.</i>			
Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Construcción de las	Recursos de las	Medios	La información

narrativas informativas del medio tradicional y digital	narrativas	tradicionales	dentro del espacio informativo se presenta en la misma estructura o segmentación que los medios nacionales (noticias, deportes y espectáculo) Mantienen los principios del periodismo, la información es contrastada. Mantienen los principios del periodismo, la información es contextualizada. Mantienen los principios del periodismo, la información es objetiva. Existen fuentes de información. La información presentada corresponde a hechos o acontecimientos netamente locales La narración o exposición de la información por parte de los presentadores es tradicional
---	------------	---------------	--

La narración o la exposición de la información por parte de los presentadores es original o se sale de lo convencional

El presentador utiliza recursos literarios para exponer la información

El medio tradicional utiliza las redes sociales para difundir sus contenidos

La información se presenta en la misma estructura o segmentación que en el medio de comunicación tradicional

Medios digitales

La información se presenta en un formato propio del espacio digital

La información visualmente se presenta en algún formato creativo

Aplica estrategias de gamificación

Usa enlaces que amplían la información y

donde.

Fuente: Elaboración propia.

2.6 Participantes

Para la recolección de información se tuvo en cuenta la participación de la población santodomingueña en un rango etario de 15 años en adelante.

Población total de Santo Domingo de los Tsáchilas según INEC (2022) 492.969 habitantes.

Tabla 6 *Población de Santo Domingo de los Tsáchilas a partir de 15 años*

Edad de población	Número de población
De 15-19	46.975
De 20-24	43.633
De 25-29	39.715
De 30-34	37.428
De 35-39	35.089
De 40-44	31.709
De 45-49	26.376
De 50-54	23.491
De 55-59	19.620
De 60-64	16.327
De 65-69	13.098
De 70-74	9.301
De 75-79	6.572
De 80-84	4.339
85 o más	3.776
Total	357.449

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2022).

Por otro lado, de acuerdo con las encuestas, los dos medios de comunicación de mayor preferencia por la población encuestada son Tú Radio y Zaracay Televisión, por tal motivo

se aplicó la entrevista a Holger Muñoz, Productor de Tú Radio y a Rubén Gonzáles, Técnico de Zaracay Televisión.

2.7 Procedimiento

En primera instancia para determinar los dos medios de comunicación de mayor preferencia por parte de los habitantes de Santo Domingo de los Tsáchilas fue necesario aplicar una encuesta a personas de más de 15 años.

El número de la población a la cual se aplicó la encuesta se determinó por medio de una fórmula automática de población finita con la ayuda del portal qualtrics.com, que siendo el número de población de Santo Domingo de los Tsáchilas un total de 357.449 habitantes de entre 15 años en adelante, definiendo que el nivel de confianza en relación con ello es del 95% con margen de error del 5% resultando en un tamaño ideal de la muestra de 384 encuestados.

Determinada la población fue necesario realizar una matriz de variables y en la misma un banco de 11 preguntas orientadas a la temática de la investigación.

Con el banco de preguntas para la encuesta, el 50% de encuestas correspondiente a 192 encuestados se realizaron de forma presencial a través de documento impreso y el restante de forma digital a través de Forms Office.

Las encuestas impresas fueron aplicadas en 4 días del mes de noviembre en las principales calles de la ciudad de Santo Domingo, posteriormente tabuladas manualmente para cuantificar el resultado de cada pregunta y expresadas de forma numérica en gráficos para su mejor comprensión y posterior análisis.

Las encuestas digitales fueron difundidas a través de chats individuales y grupales de WhatsApp con contactos tanto en la ciudad de Santo Domingo como en chats de secretarios de los distintos Gobiernos Parroquiales Rurales de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, esto con el fin de llegar al mayor número de personas posibles.

El resultado de las encuestas determinó, en primera instancia, que los dos medios de comunicación con mayor preferencia entre la población son Tú Radio y Zaracay Televisión.

Posterior a las encuestas se aplicó la observación y para ello previamente en la matriz de variables se establecieron los ítems necesarios a cumplirse para la observación y se estructuraron en una ficha de observación, una por cada medio de comunicación, desarrollada en Excel para su posterior interpretación. Se observó la programación de los dos medios de comunicación con mayor popularidad entre la población en las encuestas, Tú Radio y Zaracay Televisión, además de su contenido en las plataformas digitales como Instagram, Facebook y TikTok, con el fin de identificar cuál es la narrativa que están utilizando en la difusión de contenidos informativos y las estrategias empleadas para su difusión.

La observación se realizó durante una semana ya que se consideró que este tiempo era el adecuado y suficiente para dar respuesta a cada uno de los criterios de la hoja de observación a los medios de comunicación, misma que se realizó desde el 18 al 22 de noviembre de 2024 entre el horario de 07:00 a 20:00.

Para las entrevistas fue necesario redactar un banco de preguntas orientadas al campo tecnológico y se consultó con profesionales en el área de ambos medios de comunicación tomando en cuenta sus conocimientos en tecnología, rutina de trabajo apegada al campo comunicacional y experiencia.

Para la entrevista con el fin de resolver las preguntas de la investigación se contó con la participación de dos profesionales, por parte de Tú Radio se tomó en cuenta al profesional Holger Muñoz, Productor del medio de comunicación con experiencia en la producción de programas en vivo de la radio y de Majestad Televisión.

Por parte de Zaracay Televisión se tomó en cuenta al profesional Rubén Gonzáles, Técnico del medio de comunicación con experiencia en el manejo de quipos, post producción y producción de programas en vivo de la televisión.

Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para su posterior análisis.

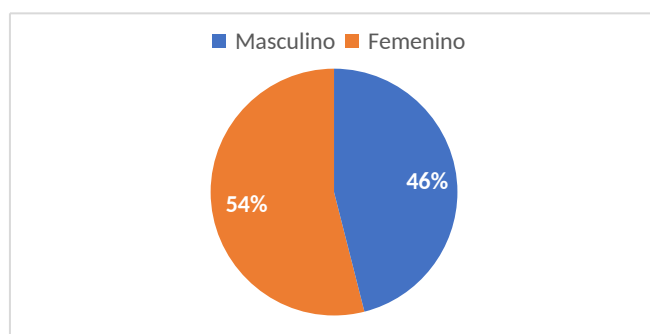
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados de investigación cuantitativa

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas realizadas a los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas, se utilizó Excel para sistematizar en gráficos porcentuales los resultados de cada pregunta.

Figura 1.

Género

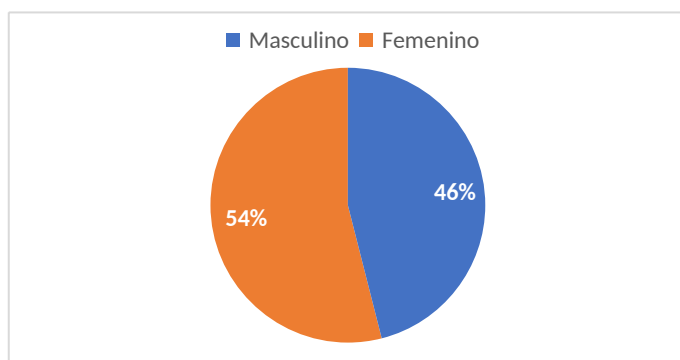


Fuente: Elaboración propia

La figura muestra que de los 391 encuestados, en su mayoría, pero no con mucha diferencia, el 54% son de género femenino, lo cual de cierta forma muestra que es el género predominante entre la población de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Figura 2.

Edad



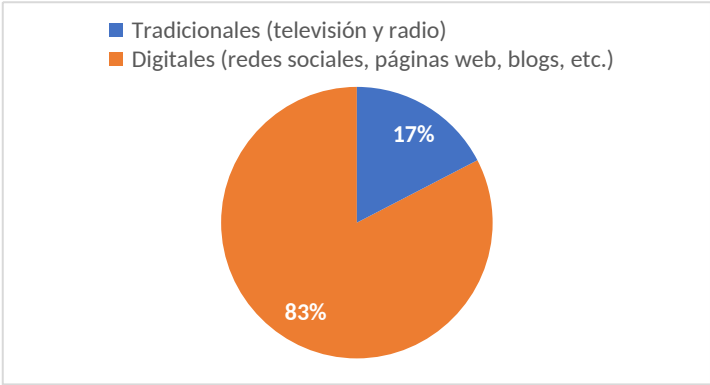
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la edad de los participantes, se puede observar que quienes mayor predisposición tuvieron a responder la encuesta fue la población de entre 27 a 45 años, por el contrario, quienes menor participación tuvieron en esta investigación fue la población

mayor a 56 años, esto tal vez se debe a su actividad o presencia en los espacios en los cuales se desarrolló la recolección de información.

Figura 3.

¿Usted prefiere medios digitales o tradicionales?

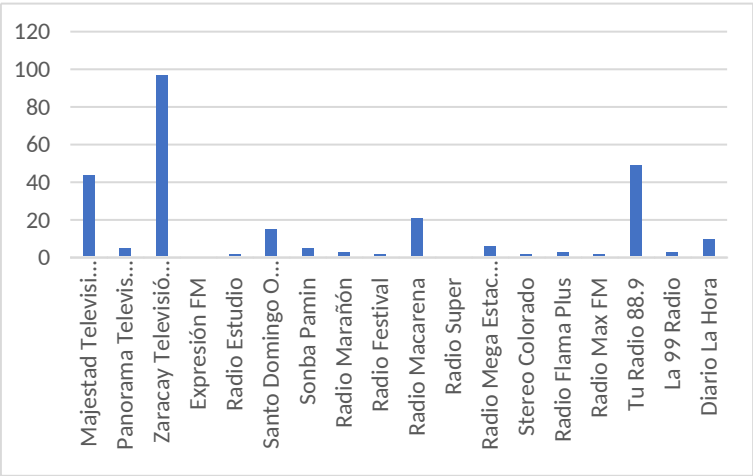


Fuente: Elaboración propia

La gráfica muestra que, la mayoría de los encuestados prefiere informarse a través de los medios digitales como las redes sociales, páginas web, blogs, entre otros, esto evidencia que la preferencia por los espacios digitales predomina entre la población de Santo Domingo de los Tsáchilas. De igual forma, se evidencia la baja preferencia que existe por los medios tradicionales como la televisión y la radio.

Figura 4.

¿Cuál es el medio local que más consume?

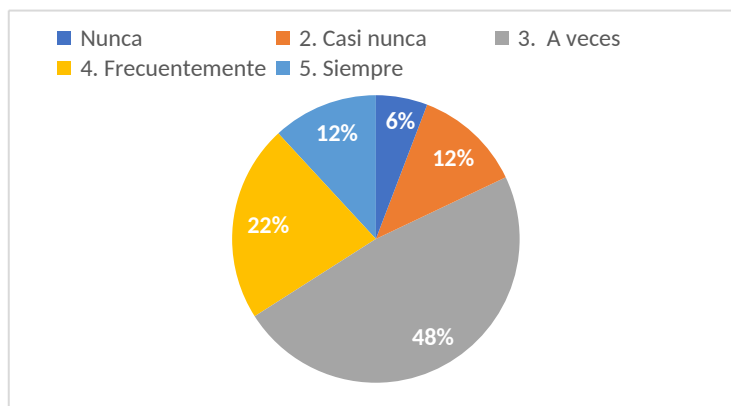


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se evidencia que en mayor medida el medio de comunicación de mayor consumo entre los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas es Zaracay Televisión con un total de 97 votos: Por otro lado, en segundo medio de comunicación de mayor preferencia es Tú Radio con 49 votos. Cerca del segundo se encuentra Majestad Televisión con 44 votos. El porcentaje restante se distribuye entre el resto de los medios de comunicación sin ocupar porcentajes importantes de preferencia. Esto permite observar que pese a existir mayor cantidad de emisoras de radio dentro del territorio, los habitantes prefieren la televisión, teniendo en cuenta que solo hay dos canales de televisión locales, esto haciendo la comparativa entre ambos.

Figura 5.

¿Con qué frecuencia consume los medios de comunicación tradicionales?

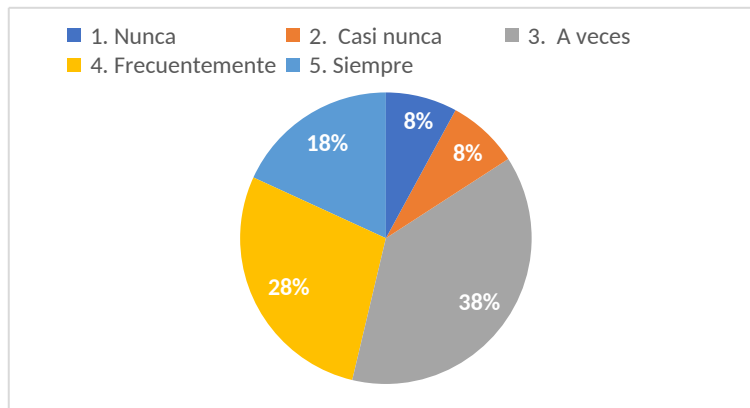


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la pregunta sobre la frecuencia con la que los ciudadanos consumen medios de comunicación tradicionales, se puede observar que tan solo el 6% de habitantes siempre recurren a los medios tradicionales como fuente de información lo cual evidencia una baja en su consumo, esto se debe a que, como se muestra en preguntas anteriores, hoy los encuestados prefieren los medios digitales por sobre los tradicionales.

Figura 6.

¿Para informarse, con qué frecuencia usted prefiere el formato de videos cortos (duración menor a 60 segundos) con información resumida?

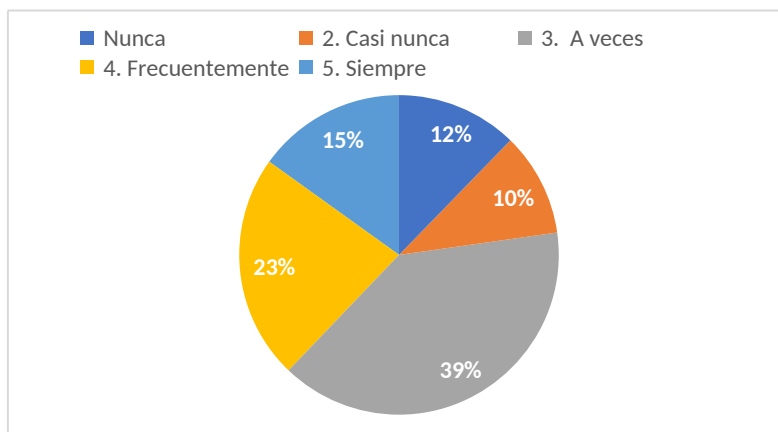


Fuente: Elaboración propia

La figura muestra la frecuencia con la que la ciudadanía de Santo Domingo de los Tsáchilas prefiere el formato de videos cortos (duración menor a 60 segundos) con información resumida, misma que indica que, en su mayoría, los encuestados prefieren observar videos cortos para informarse, esto se debe a que en la actualidad los públicos están acostumbrados al consumo instantáneo de información lo cual los hace preferir productos más simples y fáciles de comprender, pero esto dependiendo de la temática o información que contenga el producto audiovisual.

Figura 7.

¿Para informarse, con qué frecuencia usted prefiere el formato de videos largos (duración mayor a 60 segundos) con información ampliada?

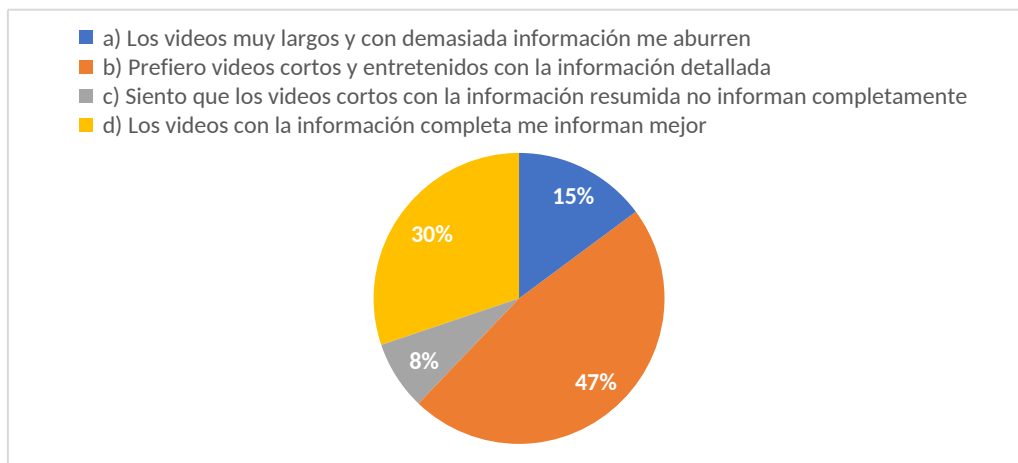


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se muestra de manera porcentual la frecuencia con la que los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas prefieren el formato de videos largos (duración mayor a 60 segundos), la misma indica que al igual que en la pregunta anterior, la preferencia por la duración de un producto podrá determinarse de acuerdo con el tipo de información que contenga el video.

Figura 8.

¿En los formatos audiovisuales, por qué prefiere un formato a otro?

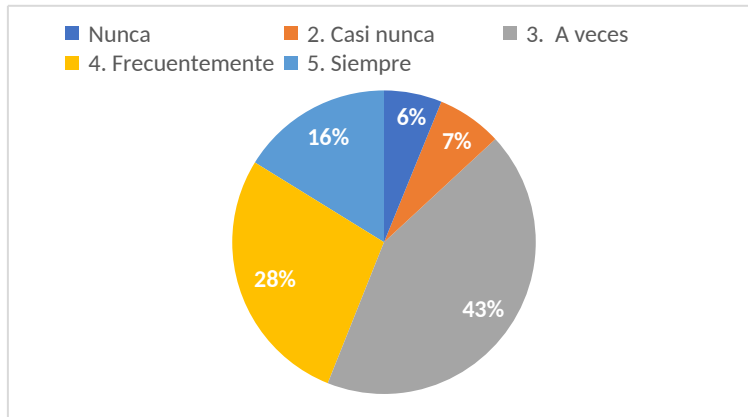


Fuente: Elaboración propia

Tal y como se observa en la figura, el 47% de encuestados indica que en los formatos audiovisuales prefiere videos cortos y entretenidos con la información detallada, esto ratifica la respuesta a las preguntas anteriores que indican la razón por la cual hoy las sociedades están acostumbradas a que los productos audiovisuales contengan la mayor cantidad de información que necesitan en el menor tiempo posible aun así sin dejar de obtener información de calidad.

Figura 9.

¿Con qué frecuencia usted prefiere para el consumo de información el formato de imágenes más texto con información resumida?

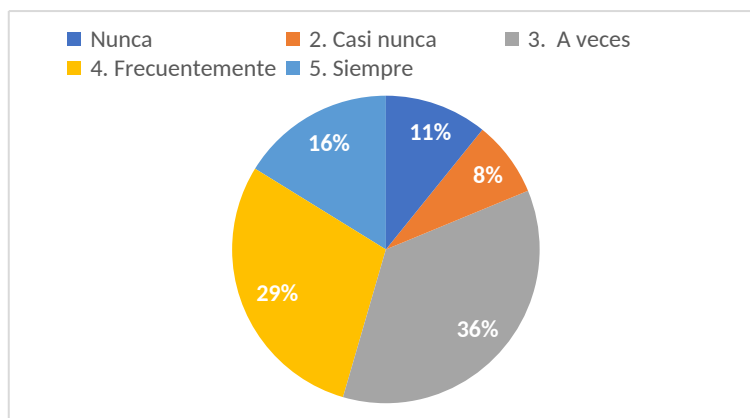


Fuente: Elaboración propia

A este punto se evidencia la tendencia por los encuestados a seleccionar respuestas que se encuentran en un punto intermedio, en esta pregunta se muestra que en ciertas ocasiones los encuestados prefieren el formato de imágenes más texto con información resumida para informarse. Hoy las personas deciden evitar tener que leer textos extensos debido al tiempo que deben emplear para la lectura.

Figura 10.

¿Con qué frecuencia usted prefiere el formato de imágenes con un texto e información completa?

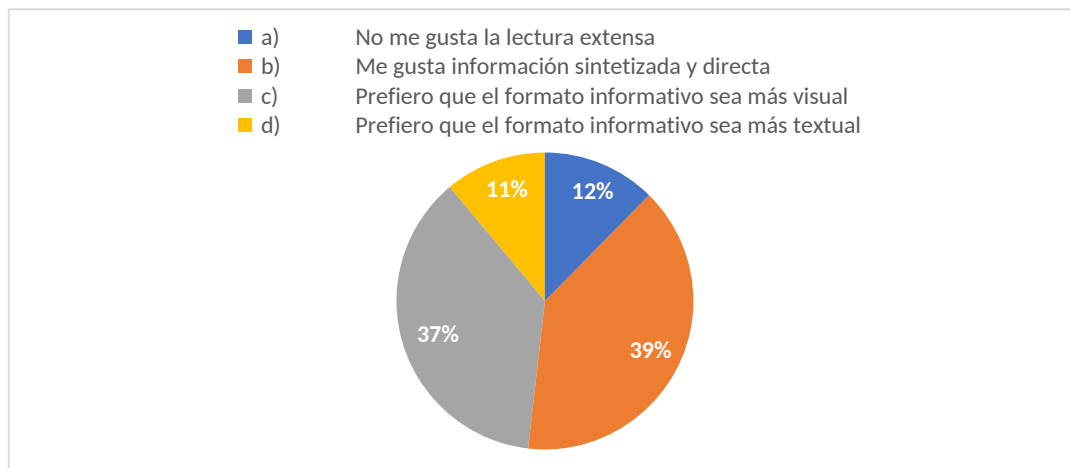


Fuente: Elaboración propia

Tal como se presenta en la figura, solo el 11% de encuestados decide detenerse a consumir información en el formato de imagen más texto con información completa, lo cual evidencia una gran minoría ante este tipo de formato.

Figura 11.

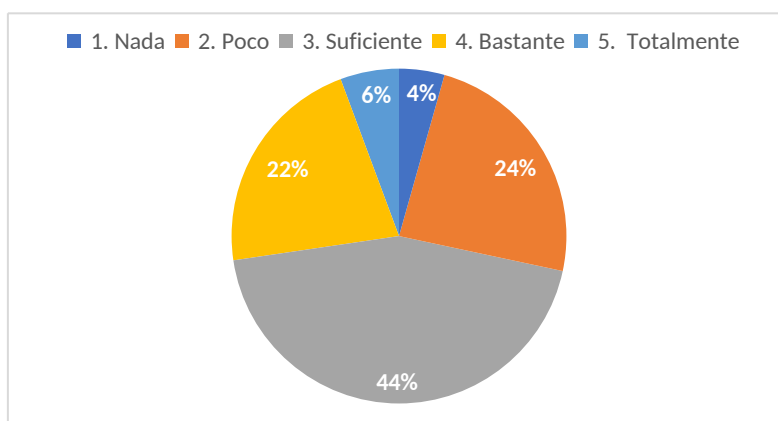
¿En los formatos visuales, por qué prefiere un formato a otro?



Con respecto a esta pregunta, se puede conocer la razón por la cual los encuestados prefieren un formato a otro lo cual evidencia que en su mayoría efectivamente prefiere que la información sea breve y directa con lo que desea comunicar.

Figura 12.

¿Qué tanto siente usted que se informa a través de su medio local de preferencia?



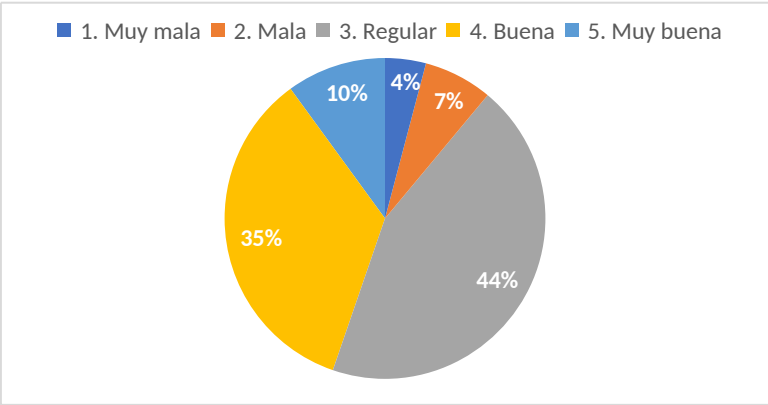
Fuente: Elaboración propia

La gráfica muestra la medida en que la ciudadanía de Santo Domingo de los Tsáchilas siente que se informa a través de los medios de comunicación locales, este dato puede ser

de gran ayuda para los medios de comunicación locales ya que ayuda a entender cuál es el concepto que los públicos tienen de la calidad del trabajo que realizan los medios de comunicación. En su mayoría los encuestados mencionaron que están conformes con la cantidad de información que reciben por parte de los medios locales.

Figura 13.

En general, ¿cuál es su opinión sobre la calidad informativa de los medios de comunicación locales?



Fuente: Elaboración propia

En la última pregunta, la cual busca recopilar de forma porcentual la opinión de los encuestados sobre la calidad informativa de los medios de comunicación locales de Santo Domingo de los Tsáchilas, analizando los porcentajes se evidencia que la mayoría concuerda en que se podría mejorar la calidad informativa de los medios de comunicación locales, sin embargo, existe el conceso de que en general la calidad es buena, en relación con las opiniones en negativa.

3.2 Análisis de entrevista

Tabla 7 *Análisis de entrevistas*

Pregunta	Zaracay Televisión: Darío Gonzales	Tú Radio: Holger Muñoz
¿Qué tipo de equipo PC utilizan?	Intel Core i7 de 10ma y 9na generación	Sistema Windows

¿Qué equipos de producción para emisión en directo utilizan?	Computadores y consola Yamaha de audio	Equipos Windows - Sistema AVRA
¿Qué equipos de grabación de audio/video utilizan?	-Cámaras handycam de marca Sony -Micrófonos de mano e inalámbricos marca Sennheiser	-Consola Axia -Micrófono Electro Voice RE20
¿Qué equipos de iluminación utilizan?	Reflectores	Iluminación led
¿Qué equipos tecnológicos adicionales se utilizan en el set de TV o radio?	-Cableado -Juego de handycams -Cámaras PTZ (por implementar)	Mencionas los mismos
¿Están realizando cambios en las narrativas periodísticas?	No lo hacen	Tradicional: tratan de que la narración sea más dinámica y entendible para cualquier público respetando la ley de comunicación.
¿Cómo se están integrando a los cambios tecnológicos y de narrativa?	-Migración de cableado a conexión wifi o inalámbrica.	Tratan de innovar con la tecnología actual
¿Qué programas de edición y producción de video utilizan?	-Sony Vegas -Adobe -Davinci resolve -Affinity -Vmix	-Mac: Final Cut pro (Edición de video) -Audition (Edición de audio)
¿Qué programas de edición y producción de gráficos utilizan?	Sony Vegas	-Final Cut pro -Editions
¿Qué programas para emisión en directo utilizan?	Vmix	AVRA

Para el manejo de redes sociales, ¿Qué equipo móvil utilizan?	-Cámaras -Celulares con sistema Android	- Teléfonos Samsung -iPhone 12pro Max
¿Utilizan programas, app u otra herramienta para la gestión de redes? ¿Cuáles?	Meta Business	Meta Business

Fuente: Elaboración propia

Rubén Gonzáles: Zaracay Televisión

En la entrevista realizada a Rubén Gonzáles, Técnico de Zaracay Televisión, él expone los recursos tecnológicos, softwares, herramientas tecnológicas y softwares para el manejo de redes sociales que utilizan en el medio de comunicación para la producción de contenidos informativos.

El profesional señala que el tipo de equipos PC que utilizan en el medio de comunicación son Core i7 de 10ma y 9na generación, de igual forma para la producción de programas disponen de una consola Yamaha para el control de audio y conexión de micrófonos inalámbricos y de cable marca Sennheiser. Por otro lado, el tipo de cámaras utilizadas en el medio de comunicación son handycam de marca Sony. El medio de comunicación próximamente está por implementar el uso de cámaras PTZ. Para la iluminación hacen uso de reflectores y focos led.

El profesional menciona que para la edición del material audiovisual utilizan programas como Sony Vegas, Adobe, DaVinci Resolve y Affinity, mientras que por otro lado utilizan el software Vmix para la transmisión al aire de los productos.

El profesional explica que es poca la innovación tecnológica que se ha realizado dentro del medio de comunicación anteriormente resaltaba la utilización del cableado para la conexión de equipos, para la transmisión y migración del material audiovisual, entre otros. En la actualidad dichas conexiones cableadas han sido remplazadas por conexiones en red o conexión inalámbrica.

Zaracay Televisión también dispone de cuentas en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, las cuales son gestionadas a través de Meta Business. En este caso el entrevistado recalca la poca flexibilidad en la utilización de equipos móviles de alta gama para la producción de contenido para redes sociales, lo cual es remplazado por las propias

cámaras handycam y celulares del personal para la generación de productos para redes sociales.

Por otra parte, en cuestión de las narrativas periodísticas, el entrevistado expresa que Zaracay Televisión sigue manejándose dentro de una narrativa tradicional, de hecho, la redacción, narración y todo el proceso comunicacional sigue siendo tradicional sin adaptarse a nuevos formatos o sin innovar más allá a la hora de transmitir la información.

Holger Muñoz: Tú Radio

De igual forma, en la entrevista realizada a Holger Muñoz, Productor de Tú Radio, también expone los recursos tecnológicos, softwares, herramientas tecnológicas y softwares para el manejo de redes sociales que utilizan en el medio de comunicación para la producción de contenidos informativos. Hay que mencionar que en la actualidad las radios no solo se centran en la emisión de sonido en directo, debido a las necesidades de consumo y con la expansión de las redes sociales, los medios de comunicación radiales han migrado también a los espacios digitales donde realizan la emisión de sus programas en directo de igual forma en video.

El entrevistado recalca que Tú Radio se adapta a los cambios tecnológicos del medio y siempre intenta mantenerse vigente en el campo tecnológico radial. En Tú Radio se utilizan equipos PC con sistema operativo Windows. Para ellos es indispensable el uso del sistema AVRA para la producción y emisión de los programas radiales en vivo. De igual forma, el sonido es tratado a través de una consola AXIA y los micrófonos en cabina son del modelo Electro Voice RE20.

La iluminación en cabina es convencional debido a que utilizan iluminación led. Por otra parte, los softwares utilizados para la producción audiovisual dentro del medio de comunicación son Final Cut Pro para la edición de video y Audition para la edición de audio. Otros programas utilizados en la producción de gráficos son Final Cut Pro y Editions.

Como se mencionaba al principio, Tú Radio también tiene cuentas en las redes sociales Instagram y TikTok, la primera gestionada a través de Meta Business, herramienta que ofrece Facebook para la gestión de redes sociales.

Para la producción y manejo del contenido en redes sociales utilizan equipos con sistema Android e IOS (teléfonos marca Samsung y iPhone 12 Pro Max)

Hablando de las narrativas periodísticas, el profesional menciona que Tú Radio se mantiene bajo una narrativa tradicional, sin embargo, tratan de que sea más dinámica y entendible para cualquier público respetando la Ley Orgánica de Comunicación.

Al finalizar, el entrevistado recalca que Tú Radio fue uno de los primeros medios de comunicación de Santo Domingo en implementar el sistema AXIA, el cual centra su función en la edición de audio además de que facilita la mejor nivelación de audio y transmisión. El entrevistado menciona que el medio de comunicación está abierto a innovar tecnológicamente, pero esto depende de los recursos que dispongan en su momento.

3.3 Análisis de la observación

A continuación, se presentan los resultados obtenidos del instrumento de observación realizado a Tú Radio y Zaracay Televisión.

Tabla 8 *Observación a Tú Radio*

Indicador 1: Espacio tradicional	Sí	No	Observaciones
1. La información dentro del espacio informativo se presenta bajo la misma estructura o segmentación que los medios nacionales (noticias, deportes y espectáculo)	Sí		
2. Mantienen los principios del periodismo, la información es contrastada.	Sí		
3. Mantienen los principios del periodismo, la información es contextualizada.	Sí		
4. Mantienen los principios del periodismo, la información es objetiva.	Sí		

5. Existen fuentes de información.	Sí	
6. La información presentada corresponde a hechos o acontecimientos netamente locales		No
7. La narración o exposición de la información por parte de los presentadores es tradicional	Sí	
8. La narración o la exposición de la información por parte de los presentadores es original y/o se sale de lo convencional		No
9. El presentador utiliza recursos literarios para exponer la información		No
Indicador 2: Espacio digital	Sí	No
10. El medio tradicional utiliza las redes sociales para difundir sus contenidos. ¿Cuáles?	Sí	Utiliza Instagram y TikTok
11. La información se presenta en la misma estructura o segmentación que en el medio de comunicación tradicional		No
12. La información se presenta en un formato propio del espacio digital	Sí	
13. La información visualmente se presenta en algún formato creativo	Sí	Diseño visualmente atractivo y dinámico en TikTok
14. Aplica estrategias de gamificación	Sí	Enlace de WhatsApp en biografía
15. Usa enlaces que amplían la información		No

Fuente: Elaboración propia

La observación muestra y ratifica que Tú Radio se maneja bajo una narrativa tradicional siguiendo la línea de los medios tradicionales nacionales, a su vez se observa la inexistencia de innovación en los formatos lo cual coincide a la postura de Holger Muñoz, productor del medio, quien expresa en la entrevista realizada que Tú Radio opta por continuar con una narrativa tradicional sin desapegarse de la ética periodística convencional.

En su migración hacia el medio digital (redes sociales), se evidencia que Tú Radio adapta sus contenidos al espacio en la red, buscando la mejor forma de traducir la información emitida en vivo de acuerdo con la red social ya sea Instagram o TikTok.

Tabla 9 *Observación a Zaracay Televisión*

Indicador 1: Espacio tradicional	Sí	No	Observaciones
1. La información dentro del espacio informativo se presenta bajo la misma estructura o segmentación que los medios nacionales (noticias, deportes y espectáculo)	Sí		
2. Mantienen los principios del periodismo, la información es contrastada.	Sí		
3. Mantienen los principios del periodismo, la información es contextualizada.	Sí		
4. Mantienen los principios del periodismo, la información es objetiva.	Sí		
5. Existen fuentes de información.	Sí		
6. La información presentada corresponde a hechos o acontecimientos netamente locales		No	
7. La narración o exposición de la información por parte de los presentadores es tradicional	Sí		
8. La narración o la exposición de la información por parte de los presentadores es original y/o se sale de lo convencional		No	
9. El presentador utiliza recursos literarios para exponer la información		X	
Indicador 2: Espacio digital	Sí	No	
10. El medio tradicional utiliza las redes sociales para difundir sus contenidos.	Sí		Utiliza Facebook, Instagram y TikTok

¿Cuáles?

11. La información se presenta en la misma estructura o segmentación que en el medio de comunicación tradicional	No	
12. La información se presenta en un formato propio del espacio digital	Sí	
13. La información visualmente se presenta en algún formato creativo	Sí	Diseño acorde a la línea gráfica del medio y adaptada al formato vertical
14. Aplica estrategias de gamificación	Sí	Enlace de página web en biografía
15. Usa enlaces que amplían la información	No	

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la observación de la narrativa empleada por Zaracay Televisión en su espacio tradicional, se puede percibir que al igual que Tú Radio, este medio de comunicación mantiene una narrativa tradicional manteniendo los principios del periodismo e informando de forma convencional bajo la formalidad. No se ve innovación en la forma de contar la noticia o transmitir la información lo cual de igual forma concuerda con la explicación de Darío Gonzáles en la entrevista sobre las narrativas dentro del medio de comunicación.

En el espacio digital de igual forma se adaptan al formato de acuerdo con la red social, pero sin aprovechar las herramientas creativas o flexibilidad del espacio digital. Las emisiones en directo son publicadas en extractos en TikTok y de igual forma sintetizadas para ser publicadas en Facebook. No se ve innovación en las narrativas hasta el momento.

3.1 Discusión

En el siguiente apartado se analizarán las preguntas de investigación realizadas y se dará respuesta a cada una de ellas.

Tabla 10 Resolución de las preguntas de investigación

Pregunta de investigación	Resolución de pregunta de investigación
P1. ¿Cuáles son los dos principales medios de comunicación tradicionales locales que mayor aceptación tienen entre los ciudadanos de Santo Domingo de los	RESUELTA

Tsáchilas?	
P2. ¿Cuáles son las herramientas, programas, aplicaciones e insumos tecnológicos que están utilizando los medios de comunicación tradicionales en la ejecución de sus actividades?	RESUELTA
P3. ¿Cuáles son las narrativas que los medios de comunicación locales aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para ello?	RESUELTA

Fuente: Elaboración propia.

P1. ¿Cuáles son los dos principales medios de comunicación tradicionales locales que mayor aceptación tienen entre los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas?

La pregunta se solventó, basándose en las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas a los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas, se concluyó que Zaracay Televisión con un total de 97 votos y Tú Radio con 49, son los dos medios de comunicación tradicionales locales que mayor aceptación tienen entre los encuestados y por tal motivo sirvieron como objeto de estudio en esta investigación.

Algo importante a recalcar en este aspecto, es que Zaracay Televisión es uno de los medios de comunicación con mayor longevidad dentro de la provincia Tsáchila, por lo cual es evidente su popularidad entre los ciudadanos. La reputación y trayectoria de este medio de comunicación ha sido construida desde sus inicios, caracterizándose como un medio confiable, profesional y moderno de acuerdo con la época, consolidado como un medio referente en Santo Domingo de los Tsáchilas, por lo mencionado anteriormente. Parte de su popularidad se atribuye también a su emisora de radio, misma que antecedió al canal de televisión.

Por otro lado, Tú Radio se perfila como uno de los medios de comunicación de preferencia de los ciudadanos santodomingueños debido a su dinamismo y calidad de contenidos en el aspecto radiofónico. Si bien este medio de comunicación no tiene la trayectoria de Zaracay Televisión, ha sabido brindar un servicio informativo y programación de calidad, lo cual le ha servido para mantenerse vigente y permanece en el imaginario colectivo e individual de los encuestados.

Parte del éxito de ambos medios de comunicación, radica en su capacidad para mantener la vigencia y de responder a las necesidades y demandas del público, adaptándose a los cambios futuros. Esto cumple con uno de los pensamientos generales de Manuel Martín Barbero, quien a través de sus distintas obras expone que los medios de comunicación deben responder a las transformaciones de los espacios comunicacionales además de prever cambios a futuro.

Un aspecto importante que deja ver el resultado de las encuestas es que, si bien estos dos medios de comunicación tradicionales son los que mayor popularidad tienen entre la población de Santo Domingo de los Tsáchilas, no quiere decir que su formato sea el que mayor consumen los ciudadanos. De acuerdo con la encuesta, se puede observar que el 83% de personas encuestadas prefieren utilizar los medios digitales para informarse antes que hacerlo por un medio de comunicación tradicional. Este aspecto se debe a la relevancia que han adquirido los espacios digitales en la difusión de información además de su flexibilidad y su formato.

Los medios digitales permiten hoy en día al espectador observar la información cuando quieren, a la hora que quieren y de la forma que quieren, lo cual no es posible con los medios de comunicación tradicionales debido a que estos realizan la transmisión de sus contenidos en directo. Este aspecto es sumamente importante teniendo en cuenta que las sociedades actuales no tienen tiempo para detenerse a observar un contenido específico en un horario determinado debido a sus múltiples actividades u obligaciones diarias, por lo cual optan por hacerlo en distintos horarios y a través de los medios que se adaptan a sus necesidades y no ellos adaptarse a las necesidades de los medios.

La aparición del Internet, en el aspecto comunicacional, ha significado para los medios de comunicación tradicionales un desafío que deben enfrentar haciéndole frente a los principales problemas que se presentan tales como la disminución de audiencia, reducción de presupuesto interno, falta de tecnología, entre otros (Solórzano et al., 2024).

De igual forma mencionan que, “Las empresas de comunicación están sujetas a desafíos tecnológicos, principalmente en el ingreso de la digitalización, donde se requiere personal capacitado y recursos económicos suficientes para implementar herramientas tecnológicas de alta calidad que brinden un servicio de gran cobertura” (Solórzano et al., 2024, p. 3).

P2. ¿Cuáles son las herramientas, programas, aplicaciones e insumos tecnológicos que están utilizando los medios de comunicación tradicionales en la ejecución de sus actividades?

Las entrevistas a los dos profesionales de los medios de comunicación permitieron definir la respuesta a esta pregunta, ya que se pudieron reconocer las distintas herramientas que en la actualidad los medios de comunicación locales de Santo Domingo de los Tsáchilas están utilizando para la ejecución de sus actividades.

Zaracay Televisión utiliza por su parte equipos que están dentro de los estándares técnicos y profesionales necesarios para la producción audiovisual, según varios expertos sobre tecnología y computación, equipos PC desde un Core i7 en adelante son la base recomendada para la producción de productos audiovisuales. En este aspecto Zaracay Televisión y Tú Radio hacen uso de equipos PC con Core i7 de 9na y 10ma generación los cuales brindan la potencia y solvencia lo suficientemente potentes como para procesar material pesado en resolución y calidad, y lo más importante dentro de las bases que se requiere para elaborar contenidos o productos de calidad.

De igual forma ambos medios de comunicación hacen uso de equipos de sonido que están dentro de la lista de equipos que brindan a precios económicos calidad de sonido.

En general la calidad de los programas y equipos utilizados por Zaracay Televisión para la producción audiovisual de sus productos es buena considerando el alcance del medio con respecto a la tecnología actual, pero haciendo la comparativa con canales de televisión internacionales en donde se utilizan equipos más sofisticados se evidencia que aún falta innovar dentro del medio, en parte esto se debe a la cantidad de recursos que son necesarios para la actualización de equipos y a su vez la cantidad de personal con conocimientos que debe tener el medio de comunicación y del que no dispone para operar los equipos.

Tú Radio de igual forma se encuentra dentro de los estándares de calidad de equipos necesarios para ofrecer a la audiencia productos de excelencia dentro del mercado comunicacional. Tal y como aclaró Holger Muñoz en la entrevista, Tu Radio se esfuerza por innovar en la implementación de equipos que brinden versatilidad, dinamismo y calidad en sus productos sonoros y ejemplo de ellos es el que sea el primer medio de comunicación en Santo Domingo de los Tsáchilas en implementar un sistema de control de sonido en transmisiones, AXIA, para la emisión de sus programas en directo.

Las respuestas a una de las preguntas de la encuesta reflejó que los públicos optan por productos más visuales, aspecto en el cual los medios locales deberían trabajar más teniendo en cuenta esta necesidad, para ello una herramienta que podría contribuir, si bien en general los programas utilizados por ambos medios de comunicación son efectivos en cada una de las tareas que desempeñan, es LiveEdit, un sistema de producción audiovisual en directo que permite el trabajo en conjunto de forma independiente por cada sección o departamento como el departamento creativo, iluminación, dirección, producción, entre otros. La ventaja de este programa es que cada departamento puede trabajar en su campo de forma independiente pero simultáneamente con el resto de los equipos, siendo el resultado un solo producto,0 facilitando además la coordinación entre todas las partes. Este programa es utilizado a nivel mundial para grandes producciones televisivas como el medio tiempo del Super Bowl, Melodifestivalen, Eurovision Song Constest, Bailando con las Estrellas, entre otros.

Según un artículo publicado por Tesoriere (2020)

Se puede afirmar que el público digital está intoxicado del mundo publicitario y se ha vuelto más exigente. La moda, en constante conversación con la sociedad, localiza sus necesidades. De este modo, las marcas encuentran la solución con una fórmula que establece conexión con los usuarios, sin voluntad explícita de vender. A través de los medios digitales, se debe crear un imaginario en el que el espectador se involucre en el universo de la marca. Generar contenidos creativos, que por su estética sean buscados por el propio espectador-consumidor. (párr.12)

P3. ¿Cuáles son las narrativas que los medios de comunicación locales aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para ello?

La interrogante fue resulta a partir de la observación de la forma en la que ambos medios de comunicación desarrollan la actividad periodísticas y a partir de las entrevista a los profesionales que laboran dentro de cada uno de los medios de comunicación estudiados, se pudo constatar que las emisoras de radio y televisión de Santo Domingo de los Tsáchilas aplican narrativas tradicionales en el desarrollo de la labor periodística dentro del espacio analógico, a su vez dentro de los espacios digitales publican el mismo producto emitido en su programación en directo sin tomar en cuenta las necesidades o el formato que requiere una publicación en el espacio digital, lo cual es erróneo, ya que esto significa

redundar en contenidos repitiendo lo mismo en las distintas redes sociales que maneja el medio de comunicación.

La locución o narración, intención informativa, estructura de la noticia o presentación de la información y otros aspectos son trasladados tal cual en el espacio digital adaptándose al formato vertical de acuerdo con cada red social utilizada por el medio de comunicación; de igual forma las estrategias utilizadas son las mismas que el resto de los medios de comunicación a nivel nacional, sin que exista la intención o posibilidad de innovar en las narrativas. Tal como mencionó Holger Muñoz en su entrevista, el medio de comunicación mantiene narrativas tradicionales debido a que para ellos no existe la necesidad de cambiar o innovar en la forma de hacer periodismo, esto evidencia que los medios están enfocados en solo reinventarse en el campo tecnológico, sin considerar que las audiencias hoy agradecen la capacidad de los medios de comunicación de adaptarse a los cambios, no solo en lo tecnológico, sino también en sus narrativas.

Lovera y Rocha (2023) en su artículo La Migración de la Televisión, como Medio Tradicional a las Redes, mencionan que los medios de comunicación deben conocer muy bien cuales son las herramientas y funciones que ofrece cada red social para traducir su contenido a estos espacios, esto ayudará a evitar redundar con su contenido y a realizar publicaciones entendiendo las necesidades del espacio digital y de su audiencia. Si un medio tiende a mantener una narrativa tradicional, sin cambios, sin innovación y publicando el mismo contenido en todas las redes o canales digitales, tendrá consecuencias negativas puesto que las audiencias preferirán mantenerse en un solo espacio debido a que encontrarán lo mismo en todos los demás, esto incidiendo directamente en las estadísticas y tráfico de usuarios en los distintos canales digitales del medio de comunicación.

Hoy en países desarrollados, los medios de comunicación utilizan estrategias para presentar y transmitir la información de manera que para el público sea más digerible y atractiva de consumir tanto en su espacio principal como en digital, de allí que modifiquen la estructura de sus noticieros, los recursos visuales y sonoros para presentar la información, sus sets, los gráficos u otros aspectos narrativos, todo esto con el fin de innovar y captar mayor audiencia.

Hay que tomar en cuenta que debido al surgimiento de los espacios digitales y plataformas de Streaming, las cuales ofrecen flexibilidad y mayor oferta en contenidos en un formato asincrónico, el público ha preferido migrar a ellos y dejar de prestar atención a

los medios tradicionales por su poca adaptabilidad de cara a lo que los canales asincrónicos ofertan.

Los medios de comunicación en Santo Domingo de los Tsáchilas carecen de este aspecto innovador de cara a sus narrativas, lo cual evidencia que este es uno de los aspectos por los cuales la audiencia santodomingueña ya no consume medios de comunicación tradicionales de la misma forma que lo hacía hace algunos años.

Si bien es correcto que estos decidan seguir el ejemplo y forma de trabajo que los medios de comunicación tradicionales nacionales, pueden salirse de esa línea actualizando sus narrativas y herramientas tecnológicas para adaptarse a perspectivas más actuales y dinámicas para los públicos, tal y como se mostró en ejemplos anteriormente.

Sería ideal que esta actualización se pueda dar dentro de cada uno de los medios de comunicación tradicionales locales de Santo Domingo de los Tsáchilas, pero esta realidad en ocasiones se ve opacada por los problemas u obstáculos que tendrían que atravesar para poder hacerlo, entre ellos la falta de recursos económicos que es la principal problemática que enfrenta no solo el sector comunicacional sino también otras áreas empresariales del país. Por otro lado, se debe considerar la necesidad de actualización de conocimientos del personal que opera dentro de cada uno de los medios de comunicación, ya que, puede existir la predisposición para actualizar las herramientas tecnológicas, pero puede que al mismo tiempo, el personal no esté capacitado o no tenga los conocimientos necesarios para manipular los instrumentos, es por ello por lo que la actualización de conocimientos es también fundamental para que estos cambios puedan darse.

Hoy la subsistencia de los medios de comunicación radica en su capacidad para adaptarse a los cambios tecnológicos, su capacidad para adaptarse a las nuevas narrativas y estrategias comunicacionales, su solvencia económica y su capacidad de trasladarse a los espacios digitales para captar la audiencia digital y con ello mantenerse vigentes de acuerdo con las tendencias o la actualidad.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4.1 Descripción de la propuesta

En la actualidad los medios de comunicación se ven forzados a adaptarse a la nueva realidad en la que el consumo de contenidos y de información es inmediata y a través de los diferentes espacios digitales, esto conlleva que deban invertir tiempo y recursos económicos en modificar o adaptar sus narrativas y tecnología de acuerdo con la demanda de los públicos y del catálogo de herramientas tecnológicas y programas disponibles para facilitar la producción de productos audiovisuales.

Además, hoy los medios deben enfrentarse a una audiencia que no solo consume el contenido, sino que también opina sobre él y es capaz de producir sus propios productos, convirtiéndose en lo que hoy se denomina prosumidor.

Según Zambrano (2019)

La cadena de valor de la producción informativa está integrada de modo vertical y supone un proceso lineal, que se renueva cada dos horas para poner a circular un nuevo producto. La información se maneja diferente en la web, donde la audiencia corrige con razón, avisa, ayuda y colabora a crear historias más interesantes.

Conocer estas fórmulas y aplicarlas no garantizan textos periodísticos perfectos, pero si una audiencia que prefiere textos interesantes y concisos. (p. 158)

Ante los resultados de esta investigación, vista la necesidad de los medios de comunicación tradicionales locales de Santo Domingo de los Tsáchilas de innovar en sus narrativas y en la actualización de sus herramientas tecnológicas para la producción de productos comunicacionales en el espacio análogo y digital, la presente propuesta tiene como fin brindar a los medios de comunicación locales recomendaciones que puedan ser aplicadas en base a sus necesidades. Se plantea la elaboración de un manual digital dividido en dos partes, la primera en donde se plantean recomendaciones sobre las estrategias que pueden aplicar para innovar en las narrativas, y la segunda parte con recomendaciones sobre herramientas tecnológicas y programas que pueden utilizar para la producción de productos audiovisuales en radio y televisión.

4.2 Manual de recomendaciones NT

Para la elaboración de este manual de recomendaciones NT (Narrativas - Tecnología) se establecieron dos componentes, en los cuales está dividido este documento:

1. Recomendaciones para la innovación en narrativas
2. Recomendaciones tecnológicas para radio y televisión

El segundo, a su vez se subdividirá en herramientas tecnológicas y programas para la producción audiovisual.

Este manual estará disponible en forma digital y podrá implementarse de acuerdo con las necesidades del medio de comunicación que decida acogerse a las recomendaciones planteadas, esto con el fin de tener una guía de aspectos a mejorar para adaptarse a las necesidades de los públicos actuales.

4.3 Estructura del manual

1. **Portada:** el manual tendrá una portada con el título, autor y año de su elaboración.
2. **Hoja de descripción:** el manual dedicará una página para describir de forma general el contenido de este y el objetivo de este.
3. **Apartado de recomendaciones para innovar en las narrativas:** desde este apartado se mostrarán una serie de recomendaciones sobre como los medios de comunicación tradicionales pueden innovar en sus narrativas: 1. Analiza tu situación actual y observa ejemplos, 2. Define tu línea editorial, 3. Analiza tu audiencia, conoce sus preferencias y necesidades, 4. Establece tus canales de difusión de la información, 5. Utiliza recursos para contar la historia, 6. Mantente permanentemente actualizado.
4. **Apartado de recomendaciones tecnológicas en radio y televisión:** Este apartado se subdividirá en dos partes: 1. Herramientas tecnológicas para la producción de contenidos en radio y televisión. 2. Programas para la producción audiovisual.

En este apartado de incluirán nombres de las herramientas, fotografía de la herramienta, descripción o función de esta, enlaces de compra y descarga.

4.4 Nombre de la propuesta

Manual de recomendaciones NT

4.5 Objetivo general

Crear un manual de recomendaciones con pautas y herramientas tecnológicas que los medios de comunicación tradicionales locales de Santo Domingo de los Tsáchilas pueden utilizar para innovar en narrativas y actualización tecnológica.

4.6 Objetivos específicos

- Establecer las pautas o recomendaciones que puede seguir un medio de comunicación para innovar en las narrativas.
- Definir una lista de los aparatos o herramientas tecnológicas de audio y video que pueden implementar los medios de comunicación para producir productos comunicacionales.
- Definir una lista de programas, aplicaciones o softwares que pueden implementar los medios de comunicación para la producción de productos audiovisuales.
- Crear el manual de forma digital en base a lo anterior con un estilo dinámico y fácil de entender.

4.7 Beneficiarios

Los medios de comunicación tradicionales locales de Santo Domingo de los Tsáchilas son los principales beneficiarios de esta propuesta, entre ellos emisoras de radio y televisión que requieren de una actualización en sus narrativas o herramientas tecnológicas. Aunque el manual está dirigido a medios tradicionales, los medios digitales que requieran aplicar en sus labores cualquiera de las recomendaciones podrá hacerlo. A partir de la pandemia del COVID-19 en el año 2020, los medios digitales se han establecido como medios de comunicación que requieren de espacios físicos y herramientas tecnológicas al igual que cualquier otro medio de comunicación tradicional, por lo que cualquiera de las recomendaciones presentes en el manual podría aplicarse también para ellos.

Por otra parte, sin bien este manual está direccionado a brindar recomendaciones a medios de comunicación tradicionales de Santo Domingo de los Tsáchilas, puede ser utilizado también por medios locales de otras provincias del Ecuador, puesto que la desactualización narrativa y tecnológica puede no ser una realidad concentrada en este punto local, sino también a nivel nacional.

4.8 Proyección

El Manual de recomendaciones NT nace con el fin de dotar a los medios de comunicación tradicionales locales de Santo Domingo de los Tsáchilas con un documento que sirva de guía para la actualización de sus herramientas tecnológicas y digitales, para la producción de contenidos sonoros y audiovisuales. La proyección de esta herramienta es llegar a ser implementada a corto plazo por los medios de comunicación locales de Santo Domingo de los Tsáchilas para mejorar con las distintas propuestas de acuerdo con sus necesidades.

4.9 Enlace y QR del producto

https://issuu.com/javimorenoec/docs/manual_de_recomendaciones_nt



CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Se ha evidenciado a partir de las distintas herramientas de recolección de información, que los medios de comunicación locales aún mantienen audiencia, lo cual desmiente la afirmación de que los medios tradicionales con el tiempo desaparecerán debido a la aparición de los canales digitales, como se observa a partir de la encuesta, los medios de comunicación tradicionales locales de Santo Domingo de los Tsáchilas aún se mantienen vigentes entre el público santodomingueño, sin embargo estos desarrollan su labor periodística bajo una narrativa tradicional que, si bien es correcta, es lo que los mantiene estancados en cuanto a innovación e implementación de estrategias para atraer a los públicos. Tal y como reflejaron las encuestas, la población se ve atraída por productos que visualmente son más estimulantes sin dejar de lado la calidad de la información y su extensión, algo que carece en los medios de comunicación locales de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Por otro lado, se evidencia que bajo sus posibilidades los medios locales se mantienen actualizados en tecnología o programas de producción audiovisual para la elaboración de productos de calidad, pero al mismo tiempo no emplean mayor atención en potenciar con herramientas tecnológicas la parte visual de sus productos, lo cual es demandado por los públicos. Este aspecto, como lo explican ambos profesionales entrevistados se debe a la falta de recursos económicos y a la poca experiencia o conocimientos del personal para manipular nueva tecnología, esto no solo ocurre en medios de comunicación locales, sino también en nacionales. Se puede decir que la innovación en una organización no solo depende de la cantidad de recursos que se empleen para ello, sino también en las habilidades y conocimientos de quienes son parte de ella. De igual forma la constante actualización e invención de nueva tecnología hace difícil la posibilidad de mantenerse vigentes tecnológicamente pues esto significaría constantemente estar invirtiendo recursos en tecnología que tiene caducidad con cada actualización o nuevo modelo, por ello es importante encontrar el punto medio e incorporar equipos que brinden la calidad que requieren los públicos de ser posible a largo plazo.

Otro aspecto que se evidencia en esta investigación es que los públicos prefieren informarse y consumir contenidos a través de los canales digitales puesto que les permite mayor flexibilidad en cuanto a horarios, canales y la posibilidad de escoger el contenido de acuerdo con sus preferencias, al contrario de las opciones que brindan los medios de

comunicación analógicos. Sin duda los medios de comunicación tradicionales como la televisión y la radio no desaparecerán con el tiempo, estos deberán evolucionar y adaptarse a la nueva realidad de la era digital. Un claro ejemplo es el del famoso programa español de talentos Operación Triunfo, hasta el año 2020 realizaba la emisión de sus galas en directo a través de señal abierta en el canal 1 (RTVE), fue en 2023 que este programa actualizó su formato y cambió el canal de transmisión, siendo el primer programa musical en directo transmitido por primera vez en una plataforma de Streaming como Prime Video, permitiendo a los espectadores seguir el programa en directo a través de la plataforma pero al mismo tiempo también visualizarlo posteriormente, configurando la forma de hacer televisión en pleno siglo XXI. Esto no solo podría ocurrir con programas de entretenimiento, sino también con formatos informativos o contenido educativo.

De igual forma en esta investigación se evidencia que los ciudadanos de Santo Domingo de los Tsáchilas prefieren que los contenidos sean en mayor medida visuales y con la información presentada de forma concreta o sintetizada. Este aspecto acentúa aún más la tendencia actual de consumo de contenidos de forma inmediata y al tiempo que necesitan los públicos para cumplir con más actividades de su cotidianidad. Por un lado, sigue resaltando la necesidad de las audiencias por productos que les llame la atención visualmente y que queden grabados en su pensamiento, considerando que en la realidad se recuerda más algo que impacta visualmente al contrario que algo que pasa desapercibido. Por otro lado, la cantidad de información y la forma de presentarla también incidirá en que pueda ser recordada y replicada fácilmente por el público, es por ello por lo que, en la actualidad los mensajes son contruidos de una forma más simple, corta y directa sin perder el objetivo de informar.

5.2 Recomendaciones

Dada la evidencia que muestra que los medios de comunicación de Santo Domingo de los Tsáchilas no realizan cambios en sus narrativas, se recomienda considerar emplear nuevas estrategias para el desarrollo de sus productos puesto que, como se ha evidenciado a través de la investigación, los públicos optan por aquellos medios de comunicación que muestran actualización y adaptación a las nuevas tendencias y formatos que dinamizan la experiencia de consumir contenidos y productos audiovisuales informativos sin alterar el fin de la comunicación. Esto se puede mejorar a través del análisis del tipo de público, línea editorial del medio de comunicación, intención comunicativa, simplificación de los mensajes y del lenguaje que se utiliza.

Por otro lado, para se pueden implementar nuevas herramientas tecnológicas y programas de producción audiovisual para potenciar la calidad de sus productos y satisfacer la necesidad de las audiencias que prefieren productos más visuales y de mayor calidad, a la vez realizando una actualización de conocimientos de quienes trabajan dentro del medio de comunicación para mantenerse vigentes de acuerdo con las tecnologías y demandas de consumo actuales. Existen capacitaciones o programas formativos de pago y gratuitos que brindan conocimientos y que podrían ser aprovechados de acuerdo con las necesidades de cada área profesional de los medios de comunicación.

A su vez para potenciar su presencia en los espacios digitales, se recomienda a los medios de comunicación locales adaptar sus contenidos de acuerdo con el entorno digital aprovechando las distintas herramientas que estos disponen, formando parte de las tendencias que se generan en redes sociales sin perder el objetivo informativo y utilizando estrategias adecuadas para amplificar su alcance.

Es importante que los medios de comunicación además de mantener un estilo, identidad o línea editorial definida, puedan observar ejemplos de cómo otros medios de comunicación internacionales utilizan las narrativas para potenciar sus productos, de igual forma la tecnología que utilizan para la producción de estos. Si bien puede ser difícil implementar nueva tecnología por los recursos económicos o conocimientos que dispongan en el momento, podrían empezar actualizando las herramientas o sustituirlas por otras a su alcance y que desarrollen la misma función de acuerdo con sus necesidades.

Referencias

- Casas, J., Repullo, J., Donado, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Aten Primaria* 2003;31(8):527-38
- Díaz, L. (2011). *La observación*. Texto de apoyo didáctico. Facultad de Psicología de la UNAM.
https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Díaz, L. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en Educación Médica, vol. 2, núm. 7, julio-septiembre, 2013, pp. 162-167. Universidad Nacional Autónoma de México, Distrito Federal, México.
- Espinel, J. (2014). *Historia de la comunicación de ecuador: prensa, radio, televisión, fotografía, y medios digitales. Proyecto interuniversitario de investigación. (el populismo en el poder: la era de velasco ibarra 1944-1962)*. Repositorio Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- García, A. (2021). “Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020)”. *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, e300110. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10>
- García, J. (1980). La radio por dentro y por fuera. CIESPAL.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>
- García, F. (2024). *Uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos por parte de los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación*. Informe final del proyecto de integración curricular. Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.
<https://repositorio.puce.edu.ec/items/ad6720b9-d286-4de0-9e0a-a7e84397152e>
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Como se forma el presente*. Paidós Comunicación [Archivo PDF]. file:///C:/Users/Personal/Downloads/gomis-teor%C3%ADa-del-periodismo.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2022). *Población de Santo Domingo de los Tsáchilas*.

Jeremy Norman & Co.,I., (2017). *Acta Diurna: la Primera Gaceta Diaria*, Pruitt, S., 2015. 8 Invenciones que debemos a los antiguos.
https://congresooaxaca.gob.mx/docs65.congresooaxaca.gob.mx/centros_estudios/CEJIP/estudiosCEJIP/XVII_ACTA_DIURNA.pdf

Landy, M y Astudillo, A. (2023). *La migración de los medios tradicionales hacia los medios digitales y sus estrategias, casos Unision tv y La Voz del Tomebamba*. Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación. Universidad de Cuenca.
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/42971>

Llanos, E. (2021) *Migración a entornos digitales por parte de medios tradicionales frente a la pandemia de covid-19 ciudad de Machala año 2020*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador

Lovera, M y Rocha, J. (2023). *La Migración de la Televisión, como Medio Tradicional a las Redes Sociales*. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar Septiembre-Octubre, 2023, Volumen 7, Número 5
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.7540

Pauloni, S., y Codoni, M. (2013). *Televisión, historia y política*. Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura • ISSN 2314-274X. N° 77 / noviembre de 2013 - febrero de 2014

Punín, M. I., & Rivera Rogel, D. E. (2014). *Las primeras huellas del periodismo ecuatoriano. De la censura a la libertad de prensa*. Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación, 1(2), 116-123.
<https://doi.org/10.24137/raeic.1.2.14>

Risco, A. (2015). *Los orígenes del periodismo en la Antigüedad Clásica, Una interpretación en El Orden de Tucumán (1884)*. Universidad Nacional de Tucumán (UNT) – CONICET. Praesentia 16,2015, p.1/22.
https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/56250/CONICET_Digital_Nro.dfc_b3bf2-6cd1-4296-a2a2-1d21ca7c67b1_A.pdf?sequence=2

Sánchez, J., Ufarte, M. & Herranz, J. (2019): “*Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo*”. Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 1633 a 1654.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1402/85es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2019-1402

Schaper, R. (2002). *Breve historia de la radio FM*. [Archivo PDF]
https://www.academia.edu/14770776/BREVE_HISTORIA_DE_LA_RADIO_FM

Sierralta, A. (2012). *La revolución tecnológica en los medios de comunicación y los desafíos del derecho y la democracia*. Meritum – Belo Horizonte – v. 7 – n. 1 – p. 257-304 – jan./jun. 2012.
file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-LaRevolucionTecnologicaEnLosMediosDeComunicacionYL-4038362.pdf

Solórzano, A., Vélez, N., y Zambrano, Z. (2024). *Los medios comunicativos tradicionales y la convergencia digital*. Universidad, Ciencia y Tecnología, Vol. 28, Núm. 123, (pp. 72-81). file:///C:/Users/Personal/Downloads/806-Article%20Text-2310-1-10-20240621%20(1).pdf

Tesoriere, P. (2020). *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*. no.127 Ciudad Autónoma de Buenos Aires feb. 2024 Epub 11-Nov-2023.
https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232024000200196

Yamil, A. (2017). *La Nueva Sociedad Digital*. Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador Cdla. Martina Mz. 1 V. 4 - Guayaquil, Ecuador.
[http. :/www.cidecuador.com](http://www.cidecuador.com)

Zambrano, W. (2019). *La transformación de los medios de comunicación. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo*. Cátedra UNESCO de Comunicación. III Foro Iberoamericano de Cátedras de Comunicación.
https://www.javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema1/pdf/ponencia_14.pdf

Zaracaytv.com. (2023). *Radio Zaracay cumplió 64 años de fundación*. Zaracaytv.com [Sitio Web]. <https://zaracaytv.com/?p=8920>

ANEXOS

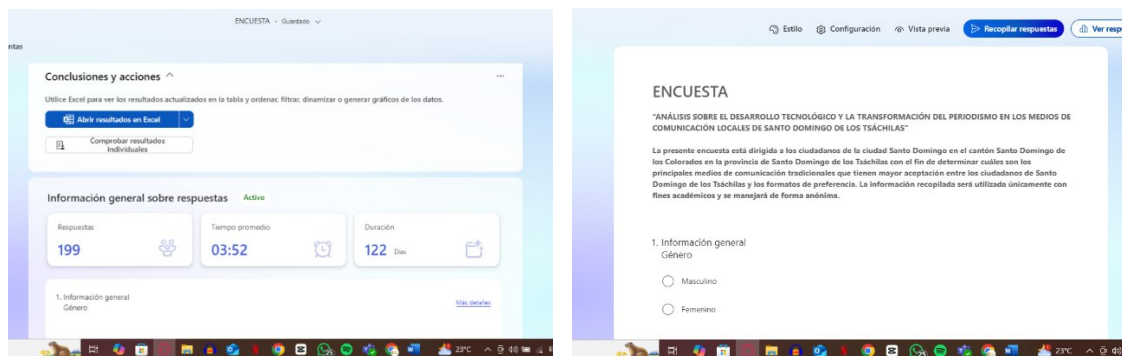
Se adjunta la evidencia de la investigación cualitativa y cuantitativa.

Cuantitativa

Se aplicó una encuesta de forma digital a 192 personas.

Levantamiento de información

ANEXO 1. Encuesta realizada a 192 personas de forma digital.



Cualitativa

Se realizó dos entrevistas, una a cada profesional de los dos medios de comunicación que resultaron ser los más populares entre la audiencia en Santo Domingo de los Tsáchilas.

ANEXO 2. TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

DARÍO GONZALES: Técnico de Zaracay Televisión

Recursos tecnológicos

1. **¿Qué tipo de equipo PC utilizan?**
Intel core i7 de 10ma y 9na generación
2. **¿Qué equipos de producción para emisión en directo utilizan?**
Programas en vivo computadores y consola Yamaja de audio para micrófonos
3. **¿Qué equipos de grabación de audio y video utilizan?**
cámaras handycam de marca Sony
Micrófonos de mano e inalámbricos marca Sennheiser
4. **¿Qué equipos de iluminación utilizan?**
Reflectores
5. **¿Qué equipos tecnológicos adicionales se utilizan en el set de TV o radio?**
Cableado y juegos de handycams
Cámaras PTZ (por implementar)
6. **¿Están realizando cambios en las narrativas periodísticas?**
No lo hacen, se manejan de forma tradicional

7. **¿Cómo se están integrando a los cambios tecnológicos y de narrativa?**

Anteriormente se utilizaba cableado para enlazar los equipos, actualmente lo hacen por medio de la red o conexión inalámbrica.

Software

1. **¿Qué programas de edición y producción de video utilizan?**
Edición de audio y video en Sony Vegas
Adobe, Davinci resolve y Affinity para post producción
Sistema al aire: Bemix
2. **¿Qué programas de edición y producción de gráficos utilizan?**
Sony Vegas
3. **¿Qué programas para emisión en directo utilizan?**
Bemix

Herramientas tecnológicas para el manejo de redes sociales

1. **Para el manejo de redes sociales, ¿Qué equipo móvil utilizan?**
Propias cámaras y celulares android

Software para manejo de redes

¿Utilizan programas, app u otra herramienta para la gestión de redes? ¿Cuáles?

Solo manejan la gestión de redes por Meta Bussines

HOLGER MUÑOZ: *Productor en Tú Radio*

Recursos tecnológicos

1. **¿Qué tipo de equipo PC utilizan?**
Sistema Windows
2. **¿Qué equipos de producción para emisión en directo utilizan?**
Equipos Windows - Sistema AVRA
3. **¿Qué equipos de grabación de audio y video utilizan?**
No especifica.
Consola Axia
Micrófono Electro Voice RE20
4. **¿Qué equipos de iluminación utilizan?**
Iluminación led en programas en vivo en facebook
5. **¿Qué equipos tecnológicos adicionales se utilizan en el set de TV o radio?**
Mencionas los mismos
6. **¿Están realizando cambios en las narrativas periodísticas?**
Lo hacen de forma tradicional, pero tratan de que la narración sea más dinámica y entendible para cualquier público respetando la ley de comunicación.
7. **¿Cómo se están integrando a los cambios tecnológicos y de narrativa?**
Tratan de innovar con la tecnología actual

Software

- 1. ¿Qué programas de edición y producción de video utilizan?**
Mac – Final cut pro (Edición de video)
Audition (Edición de audio)
- 2. ¿Qué programas de edición y producción de gráficos utilizan?**
Final cut pro
Editions
- 3. ¿Qué programas para emisión en directo utilizan?**
AVRA

Herramientas tecnológicas para el manejo de redes sociales

1. Para el manejo de redes sociales, ¿Qué equipo móvil utilizan?
Celular móvil con sistema Android y IOS
Teléfonos Samsung y Iphone 12pro Max

Software para manejo de redes

¿Utilizan programas, app u otra herramienta para la gestión de redes? ¿Cuáles?

Facebook Bussines para la publicación y gestión de redes.

Nota:

Fue uno de los primeros medios de comunicación de Santo Domingo en implementar el AXIA en canales para edición de audio, facilita la mejor nivelación de audio y transmisión. El medio de comunicación está abierto a innovar tecnológicamente, pero esto depende de los recursos que dispongan en ese momento.

ANEXO 3. GRABACIÓN DE ENTREVISTAS

DARÍO GONZALES: Técnico de Zaracay Televisión: https://utneduec-my.sharepoint.com/:u:/g/personal/jjmorenod_u tn_ edu_ ec/ES3-cSUnhjBKtCHMDOQsQKkBI R3f9JylmyuSQ77Kbrd-0g?nav=ey.JyZWZlcnJhbEluZm8iO nsicmVmZXJyYWxBcH AiOiJPbmVEcm l2ZUZvckJl c2l uZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=uKbLcI

HOLGER MUÑOZ: *Productor en Tú Radio:* https://utnedu.ec-my.sharepoint.com/:u:/g/personal/jjmorenod_utn_edu_ec/Ebv8bqeTuUJPpvrq9iCP7w4Bn

[PyfNxOIw5TEPLoFnAK-](#)

[hw?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOncicmVmZXJyYWxBcHAIoiJPbmVEcmI2ZUZvckJlc2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=YH5cVG](#)

ANEXO 4. FICHAS DE OBSERVACIÓN

OBSERVACIÓN A TÚ RADIO

	A	B	C	D	E
1	*ANÁLISIS SOBRE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS*				
2	FICHA DE OBSERVACIÓN				
3	Objetivo: Determinar las narrativas que los medios de comunicación locales (híbridos y convergentes) aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para ello.				
4	Nombre del medio a observar: TU RADIO 88.9	Si	No	Observaciones	
5	La información dentro del espacio informativo se presenta bajo la misma estructura o segmentación que los medios nacionales (noticias, deportes y espectáculo)	X			
6	Mantienen los principios del periodismo, la información es contrastada.	X			
7	Mantienen los principios del periodismo, la información es contextualizada.	X			
8	Mantienen los principios del periodismo, la información es	X			
9	Existen fuentes de información.	X			
10	La información presentada corresponde a hechos o acontecimientos netamente locales		X		
11	La narración o exposición de la información por parte de los presentadores es tradicional	X			
12	La narración o la exposición de la información por parte de los presentadores es original y/o se sale de lo convencional		X		
13	El presentador utiliza recursos literarios para exponer la información		X		
14	Indicador 2: Espacio digital	Si	No		
15	El medio tradicional utiliza las redes sociales para difundir sus contenidos: ¿Cuáles?	X		Utiliza Instagram y Tik Tok	
16	La información se presenta en la misma estructura o segmentación que en el medio de comunicación tradicional		X		
17	La información se presenta en un formato propio del espacio	X			
18	La información visualmente se presenta en algún formato creativo	X		Diseño visualmente atractivo y dinámico en Tik Tok	
19	Aplica estrategias de gamificación	X		Enlace de Whatsapp en biografía	
20	Usa enlaces que amplían la información		X		
21					
22					

< > **TU RADIO** ZARACAY +

OBSERVACIÓN A ZARACAY

	A	B	C	D
1	*ANÁLISIS SOBRE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS*			
2	FICHA DE OBSERVACIÓN			
3	Objetivo: Determinar las narrativas que los medios de comunicación locales (híbridos y convergentes) aplican en la labor periodística en los entornos digitales y las estrategias que utilizan para ello.			
4	Nombre del medio a observar: ZARACAY			
5	TELEVISIÓN	Si	No	Observaciones
6	La información dentro del espacio informativo se presenta bajo la misma estructura o segmentación que los medios nacionales (noticias, deportes y espectáculo)	X		
7	Mantienen los principios del periodismo, la información es contrastada.	X		
8	Mantienen los principios del periodismo, la información es contextualizada.	X		
9	Mantienen los principios del periodismo, la información es	X		
10	Existen fuentes de información.	X		
11	La información presentada corresponde a hechos o acontecimientos netamente locales		X	
12	La narración o exposición de la información por parte de los presentadores es tradicional	X		
13	La narración o la exposición de la información por parte de los presentadores es original y/o se sale de lo convencional		X	
14	El presentador utiliza recursos literarios para exponer la información		X	
15	Indicador 2: Espacio digital	Si	No	
16	El medio tradicional utiliza las redes sociales para difundir sus contenidos. ¿Cuáles?	X		Utiliza Facebook, Instagram y TikTok
17	La información se presenta en la misma estructura o segmentación que en el medio de comunicación tradicional		X	
18	La información se presenta en un formato propio del espacio	X		
19	La información visualmente se presenta en algún formato creativo	X		Diseño acorde a la línea gráfica del medio y adaptada al formato vertical
20	Aplica estrategias de gamificación	X		Enlace de página web en biografía
21	Usa enlaces que amplían la información		X	

< >
TU RADIO ZARACAY
+