



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

Alcance de las transmisiones vía *streaming* de los noticieros digitales Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA durante una semana regular de tráfico de noticias.

AUTORES

Robles Ortiz, Freddy Gabriel

Haz Castillo, Sally Justine

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título
de**

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TUTOR:

Panchana Macay, Allen Javier Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Robles Ortiz, Freddy Gabriel** y **Haz Castillo, Sally Justine** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social**.

TUTOR

f. _____
PANCHANA MACAY, ALLEN JAVIER Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
LUNA MEJÍA, EFRAÍN ALFONSO Mgs.

Guayaquil, 2 de marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Robles Ortiz, Freddy Gabriel y Haz Castillo, Sally Justine**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: **Alcance de las transmisiones vía *streaming* de los noticieros digitales Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA durante una semana regular de tráfico de noticias**, previo a la obtención del título de **Licenciados en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 2 de marzo del 2020

AUTORES

f. _____

Robles Ortiz, Freddy Gabriel

f. _____

Haz Castillo, Sally Justine



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Robles Ortiz, Freddy Gabriel y Haz Castillo, Sally Justine**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Alcance de las transmisiones vía *streaming* de los noticieros digitales Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA durante una semana regular de tráfico de noticias**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 2 de marzo del 2020

AUTORES

f. _____

Robles Ortiz, Freddy Gabriel

f. _____

Haz Castillo, Sally Justine

REPORTE DE URKUND

URKUND

Documento: [BOLSA TRABAJO - HIAS S.A. - FIMLA.DOCX](#) (60776833)

Presentado por: Efraín Alfonso Luna Mejía (efraim.luna@culug.edu.ec)

Recibido: efraim.luna@analisis.arkund.com

3% de estas 64 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

Algunas de las transacciones a streaming de los noticieros digitales (Ultima Hora Ecuador) / Noticias Digital UDA durante una semana regular de tráfico de noticias.

AUTORES

- Rolando Ortiz, Freddy Cabral
- Hias Castillo, Sally Justine

Trabajo de conclusión previo a la obtención del título de LICENCIADO EN COMUNICACIÓN PERIODISMO

TUTOR:

- Mg. Patricia Macay, Alex Javier

Lista de Fuentes

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Tesis Data - Urkund.docx
	TESIS ACSE SERGIO BASQUITES - AUTORES SULLA FIMLA.doc
	http://www.monografias.com/trabajos22/television-digital/television-digital.html
	1. Artículo completo en autor: (Conexión de formato) - copia a p.u. docx
	Urbina, Luchita (2010). Noticias Digital
	http://www.alexbarra.net/tecnica/tecnica.htm

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi madre por su apoyo incondicional. A mi querida abuela, que en paz descansa, quien se encargó de mi formación y gracias a ellas es que puedo considerarme una persona de valores e íntegra. Sin su influencia en mi construcción como ser humano no sería la persona que soy ahora; probablemente hubiera cometido muchos más errores de los que ya he cometido sin ellas.

Quiero darle las gracias a mis amigos por siempre hacer de cada momento de mi vida de los mejores que pueda tener. A ti Fabricio, Sally, Daniela y otros más que forman parte de mi club de amistad.

A mi tutor, Allen Panchana, por su gran contribución con conocimientos y experiencia durante la elaboración de este trabajo.

Finalmente, deseo agradecer a cada uno de los docentes que me dieron clases durante mi etapa universitaria.

Freddy G. Robles Ortiz

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por otorgarme paz espiritual en el proceso de investigación. A mí abuela Carmen Henríquez, a quien le debo mi crianza bajo los conceptos de valores de responsabilidad, lealtad, humildad y constancia. A mi madre Aura Castillo, quien se esforzó todos estos años por darme la mejor educación enseñándome que el conocimiento es la mejor herencia que una madre puede dejar a sus hijos. A mis tías Elsa, Ligia y Rocío quienes me apoyaron tanto económico como emocionalmente a lo largo de mi carrera universitaria. A mi hermana Karin, a mis primas Jocasta y Yumally que con su cariño y atención han hecho crecer en mí el espíritu de la perseverancia.

A mis grandes amigos de la universidad Daniela y Freddy nunca pensé tener amigos tan llenos de luz y buenos deseos hacia los demás, son seres que me han enseñado el verdadero significado de la amistad.

A mi querido tutor, Allen Panchana, por su gran asesoramiento, guía y entrega constante por el éxito de nuestro trabajo de investigación.

Finalmente quiero agradecer a las instituciones y entrevistados quienes con su disponibilidad y apertura ayudaron a responder varias interrogantes en elaboración de tesis.

Sally Haz Castillo

DEDICATORIA

A la persona que se encargó de mi formación personal, en valores y ética. Dedico este trabajo final, previo a mi titulación, a mi querida abuela Rosalina Ortiz Meza que en paz descanse. Han pasado casi 2 años de tu partida y, a pesar de ello, no dejas de ser influencia en cada paso que doy, o en cada frase que expreso. Sé muy bien que le hubiera gustado verme triunfar en el escalón previo a lo que en verdad deseo alcanzar. Estoy seguro que desde el cielo me observas. Siempre estarás en mi corazón abuelita y más porque parte de mi es lo que tu fuiste alguna vez. Esta va por ti.

Freddy G. Robles Ortiz

DEDICATORIA

Es importante saber que el éxito de cada etapa de nuestras vidas no la conseguimos solos sino acompañados de actores invisibles pero presentes a la vez.

Por ello dedico cada página de este documento a mi abuela quien cuidó de mí toda mi etapa infantil y adolescente, sin ella no estaría aquí. Dedico también este trabajo final a mi madre quien me apoya incondicionalmente en cada decisión que tome. Mis triunfos profesionales no solo me pertenecen a mí también son de ellas.

Sally Haz Castillo



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

PANCHANA MACAY, ALLEN JAVIER Mgs.

TUTOR

f. _____

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CALIFICACIÓN

f. _____

PANCHANA MACAY, ALLEN JAVIER Mgs.

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I: GENERALIDADES	4
1.1. Situación problemática.....	4
1.2. Problema de investigación	6
1.3. Justificación.....	6
1.4. Línea de investigación.....	8
1.5. Hipótesis.....	8
1.6. Objetivos del proyecto	8
1.6.1. Objetivo general.....	8
1.6.2. Objetivos específicos	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes	9
2.1.1. Historia de la televisión en el mundo.....	9
2.1.2. Historia de la televisión en Ecuador	12
2.2. Historia del periodismo de televisión.....	13
2.2.1. El periodismo de televisión en Ecuador	18
2.3. La televisión en Internet.....	20
2.3.1. Redes de datos y televisión.....	22
2.3.2. Tecnología <i>streaming</i>	23
2.3.3. La Televisión Digital Terrestre y el apagón analógico.....	24
2.4. Nuevas tecnologías de la información y la comunicación	28
2.4.1. Dispositivos móviles.....	30
2.5. Internet y redes sociales	34
2.5.1. Internet	34
2.5.2. <i>Instagram</i>	36
2.5.3. <i>Twitter</i>	37
2.6. Resolución y relación de aspecto de la imagen de televisión	38
2.6.1. HDTV y SDTV	38
2.6.2. Relación de aspecto 16:9 y 4:3	40

2.7. Formatos del periodismo de televisión	42
2.7.1. Formatos tradicionales de noticias.....	43
2.7.2. El Microcontenido	44
2.8. Nuevos formatos de noticieros.....	46
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	47
3.1. Método de investigación	47
3.2. Tipo de investigación	48
3.3. Diseño de investigación	49
3.4. Técnicas de investigación	50
3.4.1. Levantamiento de información	50
3.4.2. Observación	50
3.4.3. Análisis de contenido.....	55
3.4.4. Entrevista en profundidad.....	57
3.5. Objeto de estudio.....	58
3.6. Población y muestra	58
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS	59
4.1. Observación.....	60
4.1.1. Última Hora Ecuador	60
4.1.2. Noticiero Digital UDLA	65
4.2. Análisis de contenido	70
4.2.1. Última Hora Ecuador	70
4.2.2. Noticiero Digital UDLA	74
4.3. Grupo focal.....	78
4.4. Análisis global.....	83
4.5. Comprobación de la hipótesis	87
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura. 1. Diagrama de ilustración del funcionamiento del sistema <i>Streaming</i>	24
Figura. 2. Imagen ilustrativa del Ministerio de Telecomunicaciones sobre la TDT.	26
Figura. 3. <i>Sticker</i> de certificación equipo posee el sistema TDT arodado en Ecuador. .	27
Figura. 4. <i>Sticker</i> de certificación equipo no posee el sistema TDT arodado en Ecuador.	27
Figura. 5. Dispositivo Newton de Apple lanzado en 1993.	31
Figura. 6. Pocket PC de Microsoft lanzada en el año 2000.	32
Figura. 7. Primer Iphone lanzado al mercado por la empresa Apple.	33
Figura. 8. Primer smartphone Samsung lanzado en 2010.	33
Figura. 9. Diferencia de calidad de imagen entre el formato HD y la SD.	39
Figura. 10. Cuadro de resolución de imagen desde la 720p hasta 8K.	40
Figura. 11. Diferencia de <i>aspect ratio</i> entre el 4:3 y el 16:9.....	41
Figura. 12. Diferencia entre el <i>aspect ratio</i> 4:3 y 16:9.	42
Figura. 13. Ficha general de análisis de noticiero.	56
Figura. 14. Ficha para analizar las transmisiones diarias de los noticieros.....	56
Figura. 15. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> e <i>Instagram</i> el 25 de noviembre del 2019.....	60
Figura. 16. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> e <i>Instagram</i> el 26 de noviembre del 2019.....	61
Figura. 17. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> e <i>Instagram</i> el 27 de noviembre del 2019.....	62
Figura. 18. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> e <i>Instagram</i> el 28 de noviembre del 2019.....	63
Figura. 19. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> e <i>Instagram</i> el 29 de noviembre del 2019.....	64
Figura. 20. Cuadro de usuarios que observaron la transmisión vía <i>Streaming</i> e <i>Instagram</i> de Última Hora Ecuador durante la semana de estudio.	65
Figura. 21. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> y por <i>Twitter</i> el 26 de noviembre del 2019.	66
Figura. 22. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> y por <i>Twitter</i> el 27 de noviembre del 2019.	67
Figura. 23. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> y por <i>Twitter</i> el 28 de noviembre del 2019.	68
Figura. 24. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía <i>streaming</i> y por <i>Twitter</i> el 29 de noviembre del 2019.	69
Figura. 25. Cuadro de usuarios que observaron la transmisión vía <i>Streaming</i> y por <i>Twitter</i> de Noticiero Digital UDLA durante la semana de estudio.....	69
Figura. 26. Cuadro de Reportajes por su tipo emitidos por Última Hora Ecuador durante la semana de análisis.	71

Figura. 27. Cuadro de Reportajes emitidos por Última Hora Ecuador durante la semana de análisis.	72
Figura. 28. Reportajes por su tipo emitidos por Noticiero Digital UDLA durante la semana de análisis.	76
Figura. 29. Cuadro de Reportajes diarios emitidos por Noticiero Digital UDLA durante la semana de análisis.	77
Figura. 30. Tabla de participantes de grupos focales clasificados por sexo.	79
Figura. 31. Tabla de participantes que formaron parte de los grupos focales clasificados por sexo.	80
Figura. 32. Tabla de participantes de grupos focales que se informan por noticieros tradicionales.	80
Figura. 33. Tabla de participantes de los grupos focales que se informan por noticieros <i>streaming</i>	81
Figura. 34. Tabla de participantes de los grupos focales que se informan por medio de redes sociales.	82
Figura. 35. Ficha de análisis general de Última Hora Ecuador.	84
Figura. 36. Ficha de análisis general de Noticiero Digital UDLA.	84

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos A.	100
Anexos B.	101
Anexos C.	102
Anexos D.	103
Anexos E.	104
Anexos F.	105
Anexos G.	106
Anexos H.	107
Anexos I.	108
Anexos J.	109
Anexos K.	110
Anexos L.	111
Anexos M.	111
Anexos N.	112
Anexos O.	112
Anexos P.	113
Anexos Q.	114
Anexos R.	115
Anexos S.	122
Anexos T.	130

RESUMEN

Los noticieros en Ecuador han sido los encargados de mantener informada a la ciudadanía desde que la televisión llegó al país. Su supremacía como medio de comunicación es el resultado de una larga trayectoria que se forjó desde el siglo XX y que la mantiene en la actualidad. “Los años 50 han sido calificados por muchos analistas como aquellos del gran salto de la televisión en el mundo, puesto que entonces cuando los servicios regulares de televisión se extendieron gradualmente para las grandes urbes del mundo” (Alvarado, 2008, pág. 6).

La tecnología avanza y esto influye directamente en la forma en la que se transmite la noticia y también en cómo las audiencias consumen estas noticias. Algunos noticieros migran a la nueva plataforma dominante que es Internet y otros medios de comunicación nacen de ella. Es por eso que el presente trabajo está enfocado en investigar y analizar a los noticieros nativos digitales y a los formatos periodísticos y estilos que usan para establecer si mantienen semejanzas y diferencias con los noticieros tradicionales. Las audiencias también se analizaron para conocer sus tendencias de consumo de noticias. Los noticieros que se analizaron fueron Última Hora Ecuador del canal digital Vito TVO y Noticiero Digital UDLA de UDLA Channel, canal que pertenece a la Universidad de las Américas. El bajo nivel de audiencia que posee cada canal en sus noticieros puede ser el resultado de usar un formato antiguo en una plataforma con una audiencia más joven y que está prefiere informarse por otros medios que son más breves e igual de efectivos para informar.

Palabras clave: Televisión, noticieros tradicionales, medios nativos digitales, *streaming*, *online*, audiencia, redes sociales, Internet, nuevas plataformas informativas.

ABSTRACT

The news in Ecuador has been responsible for keeping the citizens informed since television arrived in the country. Its supremacy as a means of communication is the result of a long trajectory that has been forged since the twentieth century and that maintains it today. “The 50s have been described by many analysts as those of the great leap of television in the world, since then when regular television services gradually extended to the big cities of the world” (Alvarado, 2008, p. 6).

Technology advances and this directly influences the way in which the news is transmitted and also in how audiences consume this news. Some newscasts migrate to the new dominant platform that is the Internet and other media are born from it. That is why this work is focused on investigating and analyzing native digital news and the journalistic formats and styles they use to establish whether they maintain similarities and differences with traditional news. Audiences were also analyzed to know their news consumption trends. The news that were analyzed were Ecuador's Last Hour of the Vito TVO digital channel and UDLA Digital News Channel of UDLA Channel, a channel that belongs to the University of the Americas. The low level of audience that each channel has in its news can be the result of using an old format on a platform with a younger audience and that is preferred to be informed by other means that are shorter and equally effective to inform.

Keywords: Television, traditional news, native digital media, streaming, online, audience, social networks, Internet, new information platforms.

INTRODUCCIÓN

“La mejor noticia no es siempre la que se da primero sino muchas veces la que se da mejor” (Fragmento del discurso El Mejor Oficio del Mundo, 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, Los Ángeles, 1996). La noticia es la principal herramienta de un noticiero para comunicar los hechos. Con el pasar del tiempo este ha mutado y se ha convertido en el medio preponderante de información para la ciudadanía en todo el mundo. En Ecuador, desde que empezó en la década de los años 50 la televisión y su formato de noticias no ha tenido un cambio considerable que destaque en la televisión tradicional. Por otra parte, los hábitos de consumo de noticias con el tiempo se modifican y son establecidos por el propio medio de comunicación predominante; tuvo su momento el periódico, lo tuvo la radio y la televisión también, en cuyo caso aún se puede decir que lo ostenta.

El presente trabajo de investigación busca analizar los noticieros que han dejado la televisión tradicional para pasar a la transmisión vía Internet. Para tal caso se seleccionaron dos noticieros que se transmiten vía *Streaming* para conocer sus niveles de audiencia y los formatos que manejan y así establecer si existen diferencias y semejanzas con el formato tradicional.

Los noticieros seleccionados son Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA que pertenecen a los canales Vito TVO y UDLA Channel de la Universidad de las Américas, respectivamente. El formato de noticieros que ambos manejan será estudiado y analizado para también saber si es aquello que las audiencias más jóvenes prefieren para mantenerse informados de los acontecimientos de Ecuador y el mundo.

Los canales que se eligieron para este estudio son los medios nativos digitales que mayor influencia tienen y, al contar con un noticiero, se volvieron candidatos idóneos para realizar este estudio que puede convertirse en las bases para futuros análisis que manejen esta temática.

La investigación realizada recopila toda la teoría que engloba a la televisión. Su historia, avances, tecnología a su disposición, inicios de la televisión por Internet, sus géneros tradicionales, los posibles nuevos formatos de noticias y los hábitos de consumo

que tiene la audiencia más joven al consumir noticias. Basándose en los resultados de esta investigación se podrán plantear recomendaciones para poder afrontar el nuevo camino de la televisión y de los noticieros.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

1.1. Situación problemática

El desarrollo tecnológico ha contribuido a la evolución de la comunicación en todo el planeta. En un principio con el uso del telégrafo para enviar mensajes de un punto a otro con un limitado rango y tan sólo para unos pocos, hasta la actualidad en la que se puede enviar mensajes y transmitir datos, tales como imágenes, videos, libros digitalizados, entre otros, con relativa facilidad es posible establecer un antes y un después en la historia de los medios de comunicación. Respecto a este tema, los medios de comunicación tradicionales se han visto afectados, en algunos casos, y beneficiados en otros, gracias a las nuevas herramientas que han surgido a partir de Internet como las páginas web y las redes sociales. Es a partir de Internet que han nacido algunos medios digitales que no usan las plataformas convencionales como las ya conocidas y usadas por la radio, prensa escrita y televisión.

Los medios digitales de comunicación tienen su origen a finales de los años 90s en América Latina y su auge entre el 2009 y 2014 con la masificación del acceso a Internet. Varios de esos medios digitales han entrado a rivalizar con los tradicionales debido a diversos factores que juegan a favor de ellos para informar rápido y, en algunos casos, mejor de lo que lo harían los medios convencionales.

Diario El Comercio, El Universo y Expreso iniciaron su etapa en Internet a mediados de la década de los años noventa, pero no se los consideran medios nativos digitales al ser originarios del sistema tradicional. El primer medio nativo digital del Ecuador es Gkillcity.com que empezó sus actividades en junio del 2011. La investigación elaborada por Yordi Meléndez afirma que: “Gkillcity se define como el primer medio liberal, digital y alternativo del Ecuador. Su enfoque principal es el periodismo narrativo, aunque da bastante cabida al ensayo fotográfico y la innovación en productos audiovisuales y de periodismo de datos” (Meléndez, 2016, p. 35).

Algo muy importante a destacar, y que está definiendo cuál es el público objetivo al que están apuntando los medios nativos digitales, es lo que afirma el fundador de Gkillcity.

Según José María León, editor y fundador, GKillCity tiene actualmente más de trescientos cincuenta colaboradores alrededor del mundo. Los lectores son millenials. “Son, en su mayoría, personas entre dieciocho y cuarenta años, con educación universitaria e ingresos promedios elevados. Son, casi en partes iguales, hombres y mujeres” (Meléndez, 2016, p. 35).

Los medios digitales están actualmente empezando a formar parte del sistema de medios de comunicación en Ecuador. Una muestra clara es la televisión digital Vito TVO, fundada por el periodista y empresario ecuatoriano Vito Muñoz Ugarte, que comenzó con su labor periodística vía *streaming* el 1 de mayo del 2014. En una nota de su propio noticiero Última Hora Ecuador, el cual será estudiado en este trabajo, menciona que en un principio el contenido del canal era de espectáculo y de noticias deportivas. Con el tiempo fue diversificando su contenido y ganando confianza entre el público lo que le permitió empezar a transmitir en tiempo real los eventos del país y con la posibilidad de ser vistos en todo el mundo.

VITO Tvo es la rama televisiva de OMUNetwork, el cual es el primer canal digital del país vía *online*, manejado bajo la plataforma de *Livestream*, que nació con el fin de servir a la comunidad, impulsando el desarrollo cultural, social e intelectual. Surgió de la idea de Vito Muñoz Ugarte, presidente de OMUNetwork. Este portal se creó mediante la necesidad de llevar a la televisión toda la información que contienen los sitios webs de OMUNetwork, para transformar la comunicación más dinámica para sus seguidores, es decir sintonizando un programa televisivo (Vivotvo, 2017).

Otro medio digital no menos importante es UDLA Channel. El canal fue inaugurado el 19 de junio del 2018 por la Universidad de las Américas como una herramienta de preparación profesional para los estudiantes de comunicación de dicha institución. Inició de igual forma a transmitir vía *streaming* desde la plataforma *livestream.com*.

La universidad se ha equipado con estudios de última generación, desde donde se transmitirán noticieros en directo, programas de deportes,

entretenimiento y debate que serán íntegramente desarrollados por estudiantes, bajo la tutela de docentes de la carrera de periodismo, y la supervisión del Decano de la Facultad de Comunicación y Artes Visuales y Director de Noticias de UDLA CHANNEL, Carlos Jijón (UDLA, 2018).

Para este trabajo se han elegido los noticieros Última Hora Ecuador del canal digital Vito TVO, canal que ha crecido en contenido, personal y alcance informativo durante los últimos 5 años, y el Noticiero Digital de UDLA Channel que pertenece a la Universidad de las Américas con sede en Quito. Ambos medios han crecido usando las herramientas digitales disponibles y masivas que son la web y las redes sociales.

Se busca conocer el alcance de sus transmisiones y los formatos periodísticos usados en una semana regular por lo que se han elegido las plataformas de *streaming* que usan cada uno de los dos noticieros en sus canales respectivos para poder estudiar estos aspectos. El período a analizar empezó el 25 de noviembre del 2019 y culminó el 29 de noviembre del mismo año.

1.2. Problema de investigación

¿A cuántas personas lograron alcanzar vía *streaming* los noticieros de Vito TVO y de UDLA Channel y cuántas de ellas interactuaron en las publicaciones de *Instagram* y *Twitter*, respectivamente, durante una semana regular de noticias?

1.3. Justificación

La presente investigación tiene como objetivo conocer la transición e importancia de los medios digitales, en este caso la televisión digital. Estos han abarcado gran cantidad de prosumidores. Por ello los consumidores escalan un nivel más y forman parte activa del tipo de información o producto noticioso que reciben. En contraparte de su antecesor televisivo donde al televidente se le otorgaba un tipo de información unidireccional e impedía tener un *feedback* que responda a qué es lo que quiere consumir el público en tiempo real o en un futuro cercano.

Los canales de televisión digitales que analizaremos serán Vito TVO y UDLA Channel. Estos son los únicos canales que transmiten en el Ecuador vía *streaming* y que

son nativos digitales. Los noticieros serán el principal objeto de estudio, pues, se considera importante la producción de contenidos de noticias y la importancia que tiene un noticiero para un canal de televisión así que se descarta el resto de los contenidos que producen. El noticiero de Vito TVO se llama Última Hora Ecuador y el de UDLA Channel se llama Noticiero Digital UDLA Channel.

Sobre las redes sociales, particularmente se seleccionaron las cuentas de *Instagram* y *Twitter* en lugar de las otras debido a que poseen mayor número de seguidores y son las más potentes que poseen Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA Channel, respectivamente. En el caso de la cuenta de *Instagram* de Última Hora Ecuador esta posee 493 mil y va en aumento, en comparación a *Twitter* que tiene 22 mil seguidores y *Facebook* con 47.473 personas, cifras que pueden variar con el paso del tiempo. También se descartó el estudio del canal de *YouTube* porque no posee uno propio; comparte el canal con VITOTVO Canal Digital. Además, se resalta la inmediatez de las publicaciones, diseño atractivo y preciso que permite el enganche con el espectador.

Para el caso del Noticiero Digital UDLA Channel se escogió la red social *Twitter* porque es la más potente que posee. En ella cuenta con más de 11.700 seguidores mientras que en *Instagram* 3.437; no posee canal en YouTube ni cuenta en *Facebook*.

En 2016 se realizó el Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina con el fin de conocer la evolución de los medios digitales, el entramado o esqueleto de interacciones que se crean entre las páginas digitales y los prosumidores que permiten tener una guía contextualizada para futuros proyectos investigativos y este estudio es una pauta para el presente trabajo y una actualización para este; en aquel entonces solo existía un único medio digital nativo que es GkillCity y el análisis se enfoca solo a ese medio.

Este proyecto de investigación va dirigido a profesionales del campo de la comunicación social, profesores y estudiantes de carreras concernidas a este oficio.

1.4. Línea de investigación

Análisis de medios digitales, comunicación multimedia y publicaciones interactivas con espectadores.

1.5. Hipótesis

El noticiero como formato informativo tradicional audiovisual pierde preponderancia frente al resto de formatos informativos y atracción en relación a las nuevas audiencias en el siglo XXI.

1.6. Objetivos del proyecto

1.6.1. Objetivo general

Conocer el alcance y formatos de productos audiovisuales informativos (Noticieros) que se transmiten diariamente vía *streaming* por los medios nativos digitales Vito TVO en Guayaquil y UDLA Channel en Quito tomando como periodo de análisis una semana regular de noticias.

1.6.2. Objetivos específicos

- Conocer el formato que poseen los noticieros de transmisión vía *streaming* en Ecuador mediante el análisis de Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA para constatar si existe innovación en relación con el formato tradicional.
- Descubrir qué formatos prefiere la audiencia en la actualidad mediante la conformación de grupos focales de personas entre los 20 y 25 años de edad.
- Determinar el número de personas que observan la transmisión en vivo de los noticieros digitales de UDLA Channel y Última Hora Ecuador en la transmisión vía *streaming* y en su red social más potente por medio del monitoreo de la emisión diaria de sus noticieros durante la semana de estudio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Historia de la televisión en el mundo

La televisión es un sistema de comunicación que posee la capacidad de enviar y recibir imágenes en movimiento y sonidos por medio de transmisiones que pueden ser ondas de radio o por medio de un conjunto de redes de cables de televisión.

La TV, como también se la conoce, ha tenido un impacto importante en la historia de los medios a nivel mundial al punto de formar parte de la trilogía de medios de comunicación en todo el planeta. Históricamente tuvo sus inicios al empezar el siglo XX cuando aún se encontraba en desarrollo, periodo que se extendió hasta 1935 y, en aquel entonces, dos modelos se disputaban la hegemonía como sistema universal para la televisión, los sistemas mecánico y electrónico. Durante ese lapso de tiempo el Gobierno británico creó una comisión investigadora para determinar la postura del Estado frente al tema televisión. En enero de 1935 la comisión adoptó el sistema de definición mínima de 240 líneas y 25 imágenes por segundo lo que significaba que el sistema de televisión electrónico era aprobado y el mecánico relegado. No fue hasta 1936 cuando la cadena BBC comenzó a transmitir desde los estudios de Alexandra Palace en Londres, siendo esta la primera transmisión regular de televisión en el mundo. Un año después, en 1937, Gran Bretaña empezó la fabricación en masa para uso doméstico y Estados Unidos, en 1939.

La BBC seguía usando el sistema de *Baird*, con una resolución de 240 líneas (o sea, las imágenes estaban formadas por 240 líneas). Pero la empresa Marconi EMI ofrecía una alternativa basada en la patente de Zworin con la que se lograban 405 líneas de resolución, o sea, mejor calidad. Durante algún tiempo se usaron ambos sistemas hasta que en 1937 el sistema británico de radiodifusión se decantó por la televisión electrónica, dejando de lado el invento de Baird, quien siguió trabajando en la televisión en color, objetivo que logró en 1942 (Espacio Latino, S.f.).

Entrada la Segunda Guerra Mundial la televisión vio su crecimiento estancado. Las transmisiones en el territorio europeo se suspendieron durante el tiempo que duró la

guerra, de 1939 a 1945. Como ejemplo, la BBC de Londres interrumpió sus 14 horas a la semana de programación regular luego de la declaración de guerra del Gobierno británico en contra de Alemania. En el otro lado del mundo, Estados Unidos, que para 1941 ya contaba con aproximadamente cinco mil aparatos en los hogares de su territorio, prohibió la fabricación de televisores para destinar esos fondos al financiamiento de la guerra.

La radiodifusión televisada fue suspendida del 1 de septiembre de 1939 al 7 de junio de 1946, durante la Segunda Guerra Mundial, y lo único que se dejó fueron las transmisiones del organista Reginald Foort (muy populares en su momento) como forma de mantener el espíritu de la nación. La BBC trasladó gran parte de sus operaciones afuera de Londres, inicialmente a Bristol, y luego a Bedford (Ten tu Logo, 2017).

Al término de la guerra las actividades televisivas volvieron paulatinamente a la normalidad durante los años siguientes. La relativa paz que subsiguió posteriormente contribuyó a que durante los años 50 la televisión se expandiera a las grandes ciudades y esta etapa se la conoce como El Gran Salto de la Televisión en el Mundo. Esta masificación de la televisión hizo que en Europa naciera la Unión Europea de radiodifusión (UER) y en América la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR).

En televisión, las emisiones de la BBC alcanzaron gran popularidad con su relanzamiento tras finalizar la guerra, y los responsables de la cadena supieron innovar para crear contenidos educativos a partir de 1952, y un segundo canal, llamado BBC2, en 1962 (Culturizando, 2018).

Los avances no se hicieron esperar y para la década de los años sesenta ya se estaba desarrollando la televisión vía satélite. El 1964 el primer satélite geoestacionario, llamado Syncom III, permitió a ciudadanos norteamericanos y europeos observar en vivo los Juegos Olímpicos de Tokio. Los gobiernos de las potencias mundiales crearon una red mundial de satélites de comunicaciones ya que concluyeron que era necesario para la

globalización de las comunicaciones. Esto facilitó que los usuarios en sus hogares puedan recibir las señales de televisión con antenas parabólicas¹.

La era digital representó el avance más importante hasta la actualidad en lo que a televisión se refiere. Los avances en tecnología contribuyeron al desarrollo de equipos de emisión y recepción de señales de televisión; el más significativo fue el uso masivo de Internet a nivel mundial.

La televisión ha ido evolucionando hasta el punto de que algunos autores aseguran que se ha producido su fallecimiento. Sin embargo, con la expansión de las nuevas tecnologías digitales, la televisión está más viva que nunca. Sus contenidos son los mismos que invaden Internet, las Instituciones siguen su misma onda, y aún, es más, la televisión tiene una nueva forma de interactuar con el usuario, estamos hablando de la “sociedad de la ubicuidad” (Rodríguez, 2010).

La televisión digital empezó su etapa en 1997 y ha significado el avance por excelencia en lo que a transmisión de imágenes en movimiento y sonido se refiere; esto ha permitido que se llegue a millones de hogares en todo el mundo.

Una ventaja del nacimiento de la televisión digital, es el tipo de señal, la cual es muy robusta a interferencias y las normas de emisión están concebidas para una buena recepción. Hay que decir que acompaña a la señal de televisión una serie de servicios extra que dan un valor añadido a la programación y que la normativa se ha incluido todo un campo para la realización de televisión de pago en sus diferentes modalidades (Campos, 2008, p. 13).

¹ HISTORIA DE LA TELEVISIÓN A NIVEL MUNDIAL (En Línea) disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque1/index.html#> (Consulta jueves 31 de octubre de 2019, 8:40pm)

2.1.2. Historia de la televisión en Ecuador

En Ecuador la historia de la televisión arranca en 1954. El ingeniero norteamericano Glifford Hartwell encontró abandonado en las bodegas de General Electric en Syracuse, New York, unos equipos de transmisión de televisión. Él repara estos equipos en su casa y en julio de 1959 los lleva a la ciudad de Quito. Ese año la televisión queda bajo el control de los protestantes que en simultaneo celebraban los 150 años de la Unión Nacional de Periodistas así que trasladan los equipos a las instalaciones de HCJB2 para llevar a cabo una feria en los jardines del Colegio Americano con el objetivo de dejar que los ciudadanos de Quito puedan ver la televisión en blanco y negro.

La historia de la televisión en Ecuador comenzó en el año de 1954, cuando el norteamericano Ing. Hartwell encontró un equipo abandonado en bodegas de General Electric en Syracuse, New York. Lo repara pacientemente en el garaje de su casa hasta el 11 de julio de 1959, cuando decide traerlos a Quito (Guerrero, 2010, págs. 1 - 2).

De manera oficial la televisión en Ecuador empezó como medio de comunicación el 1 de junio de 1960 con la autorización para operar a la Primera Televisión Ecuatoriana, llamada así debido a que no existía competencia alguna en todo el país. Su sede se ubicó en la ciudad de Guayaquil y corresponde al canal 4, hoy RTS.

...el 1 de junio de 1960 se otorgó permiso para operar la “Primera Televisión Ecuatoriana”, denominada de esta forma ya que no existía competencia alguna, esta tuvo su sede en Guayaquil y fue el Canal 4 que corresponde a RTS, Red Telesistema (Guerrero, 2010, pág. 2).

Con las primeras transmisiones del único canal de televisión del Ecuador en aquel entonces comenzó la importación de televisores para que la población pudiera adquirirlos y obtenerlos a un precio bajo y de buena calidad. Esto favorecía a la masificación de la televisión en la urbe porteña.

Cabe recalcar que las primeras transmisiones se hicieron el 12 de diciembre de 1960, es por eso que ese día se celebra el día de la televisión ecuatoriana, luego

años más tarde el 22 de febrero de 1974 Teleamazonas comenzaba sus transmisiones por lo que se lo considera como la primera red a color del país (Guerrero, 2010, pág. 2).

La televisión empezó como una industria privada, aunque el Estado tenía la propiedad de las frecuencias. La década del sesenta representa un periodo importante porque surgen nuevos canales de televisión tales como Canal 2, Canal 8 y Telecentro. Esto se convirtió en el comienzo de la televisión como uno de los tres medios que formaban la gran red de comunicación en todo el país, junto a la prensa y a la radio. Al día de hoy existen más de 20 estaciones de televisión a nivel regional y nacional.

2.2. Historia del periodismo de televisión

Al tratar la historia del Periodismo debemos remontarnos a inicios del siglo XX cuando las primeras transmisiones de televisión se realizaron durante la década de los años 30 pero no es hasta la década de los años 50 que ya empieza a rivalizar con la radio. La televisión tiene la capacidad de emitir instantáneamente información con el recurso adicional de la imagen.

La primera emisión de televisión, precisamente en la década de los años 30, fue hecha por la cadena británica de televisión *British Broadcasting Corporation*, o BBC, el 2 de noviembre de 1936 y desde entonces goza de prestigio internacional por su indiscutible calidad de contenidos. En esa primera transmisión llegaron a un aproximado de 20.000 hogares y pudieron disfrutar de eventos importantes como la coronación del rey Jorge VI el 12 de mayo de 1937. En un artículo del portal web Culturizando asegura que la reputación de la cadena BBC, en el ámbito de las noticias, se comenzó a forjar a partir de 1926 gracias las innovaciones y a los nuevos esquemas que aplicaron en la manera de compartir las noticias.

La Segunda Guerra Mundial vino a confirmar esta tendencia, cuando la cadena se convirtió en la principal agencia de noticias del mundo, cubriendo de una forma excelente el conflicto y proveyendo de contenido informativo a las televisiones y radios de todo el mundo (“La historia de la BBC”, 2018).

Durante los años 30 en Estados Unidos también surgieron cadenas como la televisora *National Broadcasting Company*, o NBC, fundada en 1926 y que emuló el sistema de televisión de BBC en 1939. Era una época de cambios no solo para los medios sino también para los periodistas.

Al tratar la historia del periodismo existe un nombre que no se puede pasar por alto. Edward Roscoe Murrow nació el 25 de abril de 1908 en Carolina del Norte, Estados Unidos. Su influencia en el desarrollo del periodismo de televisión es muy notable a tal punto de ser conocido como referente de este. Él fue un periodista de la cadena radial CBS, o Columbia Broadcasting System y que era la cadena de radio más importante de los Estados Unidos en aquel entonces; fue asignado por esta como director de conversaciones en 1935. En 1937 es enviado a Londres para que sea el principal corresponsal de la cadena CBS desde Europa y fue allí donde su nombre comenzó a popularizarse y esto gracias también al grupo de reporteros que reunió al que se lo conocía como *Murrow's Boys*. Así Murrow supervisó la creación de aquello que se conoce en la actualidad como transmisión de noticias extranjeras, por lo que los podría considerar como pioneros de esta. La *New York Film Academy* (2015) en un artículo al respecto afirma:

Las transmisiones de noticias de radio existían antes de las famosas palabras de Murrow "Esto ... es Londres" que impregnaron las ondas de Estados Unidos en 1937 y capturaron las mentes de su gente, pero solo se limitaron a transmisiones diarias de 15 minutos o dos de 5 minutos donde los comentaristas locales reflexionaron sobre noticias locales. Esto también se basó en gran medida en el entretenimiento como lo fue durante la Depresión y la gente recurrió a la radio para escapar, ya sea eso, o los comentaristas simplemente recitaron los titulares de los periódicos. El programa de Murrow sería la primera vez que un periodista en el campo produciría una transmisión nacional diaria a través de la comunicación con un presentador central de la ciudad de Nueva York (*New York Film Academy*, 2015).

Murrow tenía un programa llamado *World News Roundup* desde el cual informó sobre la guerra, en la ciudad de Londres, mientras se encontraba bajo el asedio de la Alemania Nazi. Su lenguaje fue influyente en la población estadounidense pues él les

convenció de que era una guerra en la que no valía la pena involucrarse directamente. Es importante recordar que en aquella época también existía la amenaza de la expansión del Imperio japonés en el Pacífico al que tampoco Estados Unidos veía como una amenaza y con quien mantenía negociaciones de paz, pero eso es un tema aparte. Durante ese tiempo Murrow presentó un informe sobre el campo de concentración de la Alemania Nazi ubicado en Buchenwald y que es conocida como una de las transmisiones con mayor importancia histórica para el periodismo de televisión hasta la actualidad. De hecho, en 1940, se realizó una encuesta. La *New York Film Academy* (2015) dice:

En una encuesta realizada en 1940, el 65% de los encuestados había declarado que la radio era su fuente preferida de noticias y la audiencia de Murrow había aumentado a 22 millones, incluidos el presidente Roosevelt y su gabinete. Luego, en septiembre de 1940, el mes del bombardeo de Londres por parte de los alemanes, el porcentaje de estadounidenses que votaron para ayudar a Gran Bretaña aumentó de 16 a 52 (New York Film Academy, 2015).

La carrera de periodística de Edward R. Murrow no pudo ser igualada por sus colegas ni por las generaciones siguientes. Muchos de los periodistas de la época imitaron su estilo de comunicar la noticia durante los años posteriores. La gran sorpresa para él fue que se había convertido en una gran estrella cuando volvió a New York en 1941.

En España apareció el NO-DO y era un noticiero semanal que duraba 10 minutos y que era exhibido en las salas de cine de dicho país antes de empezar la proyección de la cualquier película; era de carácter obligatorio su proyección. En el portal web Espacio Latino habla más sobre aquel método de informar. En aquella proyección se elogiaba los supuestos logros de la dictadura Franquista, es decir que no era más que propaganda política del Gobierno de España bajo la dirección de Francisco Franco.

El NO-DO nació el 22 de diciembre de 1942 y significaba *Noticiarios y Documentales* y estaba a cargo de la Vicesecretaría de Educación Popular de dicho gobierno. Además de la producción de noticias también se encargaron de crear una cantidad considerable de documentales que en su mayoría eran cortometrajes. En cifras, se habla de más de 500 productos audiovisuales lo que convirtió a aquella época en la de

mayor producción de documentales de toda la historia del cine de España. En el texto NODO: las noticias del régimen en el cine (s.f.) dice:

En los primeros años del NO-DO eran las únicas noticias que podían verse en vivo (no en directo, claro), no existía la televisión, de manera que era el único medio para ver inauguraciones de pantanos, escenas de deportes, actuaciones folclóricas, y como no, imágenes de la guerra que asolaba el mundo (España estaba a salvo gracias a la sabiduría del Generalísimo... bueno, más bien que a Hitler se le torcieron las cosas en el Frente Oriental). Posteriormente el NO-DO se convertiría en un muestrario de un mosaico de géneros como actualidad nacional, internacional, frivolidades, atracciones, curiosidades, vida de sociedad, deportes, toros... En los años sesenta la televisión se convirtió en una fuerte "competencia", claro que también totalmente controladas por el régimen, como la radio y la prensa, aunque en esta última existieran diferentes matices ideológicos. La figura de Franco era más o menos habitual hasta 1970, cuando su deterioro físico daba mala imagen al régimen (NODO: las noticias del régimen en el cine, s.f.).

El NO-DO mantuvo su carácter de obligatoriedad hasta 1975, año en que culmina la dictadura franquista con el fallecimiento del Gral. Francisco Franco y en 1977 pasa a las manos de Radiotelevisión Española, o RTVE por sus siglas, con quien cambió su nombre a Revista Cinematográfica Española y que fue transmitido hasta mayo de 1981. Como dato adicional, la primera televisora en transmitir fue Televisión Española que formaba parte de la división RTVE y transmite desde 1956.

A lo largo de la historia, en especial en el siglo XX, la televisión ha estado presente y ha mostrado al mundo los eventos más importantes de la humanidad. En 1963 el asesinato de John F. Kennedy, presidente de Estados Unidos en aquel año, fue el evento que resaltó en la televisión de la época y fue el acontecimiento que demostró que este sistema podía mostrar al público la acción del momento de una manera que la radio y los periódicos podían igualar. Otro hecho influyente fue el de 1979. La *New York Film Academy* (2015) dice:

En 1979, cuando 52 estadounidenses fueron capturados por militantes iraníes de la embajada estadounidense de Teherán, los televidentes necesitaban una amplia información más allá de los noticieros nocturnos de la red regular. Esto llevó a ABC a crear un programa de noticias nocturno llamado *Nightline*. A diferencia de programas como 60 Minutes, se produjo todos los días con acceso en vivo a través de la nueva tecnología satelital. Era la primera vez que los televidentes podían obtener entrevistas y análisis adicionales sobre las principales historias del día (New York Film Academy, 2015).

Otro evento destacado y quizás uno de los más memorables fue el lanzamiento del Apolo 11. Esta es considerada por muchos como la más grande cobertura televisiva debido al gran alcance que se logró. En un artículo del portal web de BBC James Jeffrey detalla a profundidad la importancia de aquel acontecimiento en el contexto del periodismo de televisión. Jeffrey (2019) dice:

La fascinante cobertura televisiva del aterrizaje del Apolo 11 en la Luna hace 50 años trajo imágenes e ideas que hasta entonces eran impensables a los hogares de millones de personas, provocando un profundo impacto en la cultura pop y la psique estadounidense (Jeffrey, 2019).

El 11S, forma conocida para referirse a los atentados del 11 de septiembre del 2001, fue el acontecimiento que hasta la actualidad ha dado mucho de qué hablar. La *New York Film Academy* (2015) dice:

Los ataques del 11 de septiembre cambiaron significativamente la forma en que se cubren las noticias. Desde que se modificó el sistema de alerta de terror codificado por colores, se informan rumores de violencia o ataques si tienen algún indicio de credibilidad; incluso después de que el sistema se retiró en 2011. Debido a esto, los periodistas han tenido que reinterpretar su clasificación de noticias reportables versus rumor, que aún permanece hoy (New York Film Academy, 2015).

El periodismo de televisión ha jugado un papel muy importante en la construcción de la sociedad y en la manera en la que se informa. En la actualidad se siguen viendo cambios que reinventan la forma de hacer periodismo, como la transmisión vía *streaming*.

2.2.1. El periodismo de televisión en Ecuador

En Ecuador el periodismo de televisión empezó en la década de los años 60. Recordemos que en los años 50 empezaron las transmisiones de demostración en Quito y en 1960 llega la televisión a Guayaquil de mano del primer canal del Ecuador que fue Canal 4, hoy conocida como RedTelesistema o RTS.

Al referirnos a periodismo el pionero fue Canal 2 o Ecuavisa, que inició sus actividades el 1 de marzo de 1967, y presentó una parrilla de programación en la que incluía el noticiero Televistazo que se transmitió por primera vez en la misma fecha. En el portal web de Ecuavisa se expone:

En el Ecuador, la televisión empezó en 1959, pero fue el 1 de marzo de 1967 que salió al aire el primer noticiero de Ecuavisa, producido en Guayaquil por sus propios redactores, reporteros, camarógrafos y conductores. Es así como en 1967 nace Canal 2 de Guayaquil, después denominado Ecuavisa, por iniciativa y esfuerzos de Xavier Alvarado Roca, como la primera empresa televisiva de signo periodístico que partía de la experiencia forjada en Editores Nacionales, que publica las revistas más importantes del país (Ecuavisa, 2015).

Durante los años posteriores surgieron más canales de televisión y que imitaban el formato de los ya existentes. Cronológicamente el proceso se dio de esta manera:

- EL 30 de mayo de 1969 TC Televisión comienza sus transmisiones. El canal era de propiedad de Ismael Pérez Perasso.
- El 22 de febrero de 1974 Teleamazonas transmite al aire y lo hace con tecnología de punta y se convierte en el primer canal en transmitir imágenes en color.
- Gamavisión también comienza sus transmisiones un 18 de abril de 1977.
- El 3 de noviembre de 1993 el canal cuencano Telerama transmite por primera vez.

- EL 18 de abril de 1994 SíTV inicia sus actividades como canal de televisión y el 6 de mayo del 2002 se reestructura y cambia su nombre a Canal Uno.

En los archivos de los canales ecuatorianos como: Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, TC Televisión, Gama TV, Canal Uno, Telerama, RTU TV, UCSG TV, Oromar TV y Ecuador TV y archivos del programa ecuatoriano La Televisión aguardan el silencio unas 20.000 horas de grabación miles, millones y montones de cintas que llevan sobre el lomo 50 años de historia televisiva, 50 años de esfuerzo y éxitos los 50 años que cumple hoy la televisión ecuatoriana (Televisión en Ecuador, s.f.).

Estos son los canales que han marcado la historia y han encaminado el periodismo de televisión que conocemos actualmente. Los eventos más importantes del Ecuador han sido transmitidos por señal abierta. Algunos de ellos como el discurso por el que es recordado al expresidente Jaime Roldós que dio desde el estadio Olímpico Atahualpa en Quito y que fue transmitido por Teleamazonas el 25 de mayo de 1981. De igual forma el anuncio del Ab. Jaime Roldós en cadena nacional el 2 de febrero de 1981 para anunciar al pueblo ecuatoriano sobre la invasión de tropas peruanas al territorio nacional en la Cordillera del Condor y la crisis de 1999.

Así como estuvo presente y fue importante la televisión en esos y otros eventos de interés nacional en los últimos años del siglo XX, también ha estado presente en los hechos ocurridos en la primera veintena del siglo XXI. La caída del gobierno de Lucio Gutiérrez, las elecciones del 2006 en las que gana en segunda vuelta el Econ. Rafael Correa, el levantamiento de las fuerzas policiales en contra del gobierno en 2010, eso por mencionar algunos de los acontecimientos más relevantes e influyentes en la vida republicana del Ecuador y que han marcado al país y a su gente, el periodismo de televisión ha estado presente para informar sobre dichos eventos de importancia nacional.

2.3. La televisión en Internet

Internet ha abierto las puertas a nuevas formas de transmitir información que antes no se podía. La televisión por Internet es una de esas formas que han replanteado lo ya conocido en lo que a televisión se refiere.

La alta definición, o HDTV que significa *High Definition Television*, apareció por primera vez en Japón en la década de los años 80 y fue revolucionario por la calidad superior de imágenes en relación a la que manejaba la televisión tradicional. Gracias a esto pudo superar en el mercado a Estados Unidos y Europa. A inicios de los años noventa, con la llegada de la tv digital, las investigaciones y avances tecnológicos, marcó el camino para las transmisiones compatibles con las computadoras. Al tener que adaptar las imágenes a una pantalla más pequeña y que se observaba a corta distancia era necesaria una mayor resolución.

Las pioneras en tecnología de alta definición fueron las televisoras japonesas, que transmiten en HD desde hace más de 15 años. Japón comenzó con un sistema de 1035 líneas de resolución llamado MUSE, desarrollado por la empresa NHK en el año 1980. El principal problema de este sistema fue el excesivo uso de las bandas de transmisión, pues requería hasta 5 veces más espacio espectral que un canal de televisión estándar (Televisión de alta definición, s.f.).

Internet ha logrado en pocos años crecer de una forma desmesurada en el número de ordenadores y dispositivos, en usuarios, contenido y servicios. Si se establece una comparación, la radio demoró aproximadamente 35 años para conseguir 50 millones de usuarios y la televisión tardó 13 años para lograr ese número de televidentes. Internet tan solo demoró 3 años para lograr ese número de usuarios. Desde finales de los años noventa y principios del siglo XXI varios medios empezaron la migración o adaptación a plataformas digitales en Internet.

La nueva edición del informe presentado por *We Are Social* y *Hootsuite* en 2019, y que año a año muestra las estadísticas, análisis y principales tendencias acerca del número de usuarios de internet, el uso de la telefonía móvil, las redes

sociales y el *e-Commerce* a nivel global, asegura que hasta el momento el número de usuarios de Internet en el mundo crece un 9,1% y alcanza los 4.388 millones.

En su informe de 2018, el estudio señalaba un número de usuarios de Internet de 4.021 millones, es decir, el 53% de la población mundial (Lo Encontraste, 2019).

Si nos detenemos a observar que es lo que hoy está ocurriendo con la televisión en Internet, tendremos que miles de emisoras de televisión y productoras de todo el mundo se han volcado a crear sitios web en la Red. Por el momento, existe una gran variedad de tipos de sitios que van desde simples páginas institucionales donde, por ejemplo, se presenta información acerca de la empresa emisora y su programación (rejilla, sinopsis de programas, etc.) hasta sitios a partir de los cuales se puede acceder a la emisión en vivo a la emisión o a determinados programas de archivo. En estos últimos casos, un ancho de banda adecuado sumado a las tecnologías de “*streaming*” (transmisión de flujos de datos a través de Internet) de audio y vídeo, posibilitan la oferta de contenidos televisivos en la Red (Ibnoulkhatib, 2011, P.11).

En la actualidad sería impensable que un medio de comunicación no tenga presencia en Internet y todas las diversas herramientas que esta ofrece, como las redes sociales.

A pesar de lo novedoso y atractivo que es la televisión en Internet esta tiene sus ventajas y desventajas. Entre las ventajas más destacadas se puede mencionar que el usuario puede decidir que ver y cuando ver el programa que desee, la posibilidad de guardar los programas y verlos cuando desee con la opción de pausar, avanzar y retroceder, opción impensable en la televisión normal; la publicidad no es un problema porque es limitada y en algunas plataforma puede ser pasada; es más accesible económicamente porque demanda menos ingresos en comparación a la televisión tradicional; no existen límites en el alcance de las transmisiones pues es posible que el canal *online* lo vea un usuario de la misma localidad al mismo tiempo que lo observa otro a miles de kilómetros de distancia, limitaciones que posee el sistema tradicional, pues requiere de sofisticados equipos de transmisión y aun así no podría igualar el alcance que

puede lograr con Internet; el usuario se vuelve parte activa en la crítica de los contenidos al tener la posibilidad de expresar su opinión y que esta sea escuchada, caso diferente con la TV tradicional que convierte al usuario en receptor de información únicamente.

La ampliación de las posibilidades de transmisión, mediante el incremento de la banda ancha y la utilización de la Fibra Óptica, ha hecho realidad el objetivo de una televisión *online* al hacer posible el *streaming* de complejos contenidos audiovisuales sin pausas ni cortes y con una elevada calidad (Sales, 2015).

2.3.1. Redes de datos y televisión

Para entrar en materia es importante conocer lo que son las redes de datos. Un artículo de la Universidad Internacional de Valencia las define como:

Las redes de datos son infraestructuras que han sido creadas para poder transmitir información a través del intercambio de datos. Es decir, son arquitecturas específicas para este fin, cuya base principal es la conmutación de paquetes y que atienden a una clasificación exclusiva, teniendo en cuenta la distancia que es capaz de cubrir su arquitectura física y, por supuesto, el tamaño que presentan (Universidadviu, 2018).

El desarrollo de la transmisión y recepción de datos en Internet tenía como dependiente el de la televisión. Desde la década de los años sesenta ya se contaba con las redes de datos, pero se limitaba a la transferencia de información tan solo entre ordenadores. La señal de audio y de video no estaba digitalizada por lo que era imposible realizar una transferencia de datos por este medio. En la década de los noventa ya se contaba con los contenidos de televisión digitalizados y con este avance se contempló la posibilidad de usar las redes de datos de Internet para la transmisión de contenidos, pero surgieron problemas.

Con la transmisión de audio y vídeo en tiempo real surgieron nuevos problemas, para los cuales las redes existentes no estaban preparadas, como el “jitter”, la pérdida de paquetes o el problema de la sincronización. Como consecuencia, nuevos protocolos, como el RTP (siglas en inglés de “Real-time

Transport Protocol”), se han desarrollado para mitigar estos inconvenientes (Ibnoukhatib, 2011, P. 13).

Las características de estas redes de datos influyen mucho en las posibilidades y limitaciones al usarlas para la transmisión de audio y video. En la actualidad ya son una herramienta indispensable para la transmisión de archivos de audio y de video; el avance en las redes de datos ha facilitado el surgimiento de la transmisión en tiempo de real de audio y video o “*streaming*”.

2.3.2. Tecnología *streaming*

En la actualidad muchos medios realizan sus transmisiones de contenidos vía *streaming*, aunque su uso no se limita ellos pues una persona que disponga de una cámara conectada a Internet y con el sistema necesario puede hacerlo. El portal web Gospel Idea la define: “El *streaming* también llamado retransmisión o transmisión por secuencias consiste en la distribución o descarga de datos desde un proveedor o servidor en Internet mientras el usuario hace uso de los datos en cuanto estos son descargados” (Gospel Idea, 2017).

En términos técnicos, el sistema *streaming* usa un buffer de datos que se crea en la computadora del usuario. En dicho búfer se guarda la información temporalmente mientras el usuario acceda a esta. Esta información se elimina automáticamente cuando la sesión de *streaming* culmina.

El *streaming* es usado por las radios y televisiones *online* en todo el mundo para transmitir por Internet. Es necesario contar con servidor de *streaming* para poder realizar la transmisión. El sistema funciona básicamente con la emisión de audio y video al servidor y la información es guardada allí temporalmente en un buffer. Los usuarios se conectan al servidor por medio de un enlace que les permite escuchar la emisión de audio o de video en directo. Los usuarios pueden vincularse por medio de una página web, un reproductor de audio y video instalado en el ordenador o una aplicación en el *smartphone*. La siguiente figura muestra el funcionamiento del sistema *streaming*.

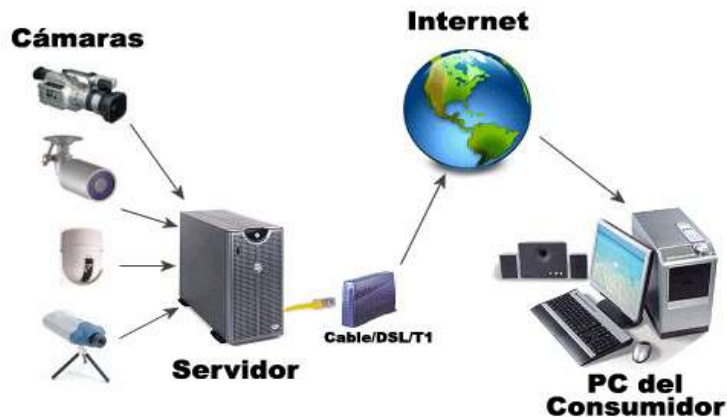


Figura. 1. Diagrama de ilustración del funcionamiento del sistema *Streaming*.

2.3.3. La Televisión Digital Terrestre y el apagón analógico

La digitalización de la información y los muchos avances en materia de sistemas de emisión y recepción de datos de todo tipo ha hecho que varios sistemas queden obsoletos. La Televisión Digital Terrestre o TDT es el siguiente paso en desarrollo de televisión.

La Televisión Digital Terrestre o conocida como “TDT” es una nueva forma de transmitir las señales de Televisión Abierta o gratuita con ventajas, como mayor calidad de vídeo, imagen y sonido. Con la transmisión en formato digital se podrá aprovechar, de mejor manera, el espectro radioeléctrico, es decir, se liberarán bandas de frecuencias para el uso de nuevas tecnologías (Ministerio de Telecomunicaciones, S.f.).

La imagen y el sonido se convierten en formato digital con el sistema TDT y estos son transmitidos por medio de ondas electromagnéticas. Existen 4 sistemas usados en todo el mundo. En América del Norte se usa el sistema ATSC (Advanced Television System Committee), en Japón se usa el ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting, Terrestrial), China utiliza el DTMB (Digital Television Terrestrial Broadcasting) y Europa utiliza el sistema DVB-T (Digital Video Broadcasting, Terrestrial). Por su parte Brasil desarrolló e implementó una variante del sistema japonés que es SBTVD (Sistema Brasileño de TV Digital). En Ecuador se tiene planificado utilizar el sistema ISDB-T Internacional, así lo dio a conocer el Ministerio de Telecomunicaciones.

Para adoptar la Televisión Digital Terrestre existen cuatro estándares vigentes a nivel mundial, y cada país emplea el que mejor se ajusta a sus necesidades. Ecuador, al igual que la mayoría de países de Sudamérica, optó por el estándar ISDB-T Internacional, y México, por citar un ejemplo, realizó el cambio a la transmisión digital aplicando el modelo ATSC (Ministerio de Telecomunicaciones, S.f.).

La Televisión Digital Terrestre ofrece muchas ventajas en materia de televisión. Los archivos son digitalizados lo que se traduce en mejor calidad de imagen y sonido que se proyecta y escucha por la televisión; la portabilidad permite que dispositivos móviles como el smartphone o la laptop sean capaces de recibir la señal en el espectro electromagnético, además de que permite la transmisión de programas en calidad estándar o de alta definición y que; el usuario pasa de ser receptor a poder interactuar con el proveedor en servicios varios como salud, educación, clima, tele compra, encuestas, concursos, entre otros.

Alulema (2012) dice que “Cada uno de los estándares poseen sus propias características de las que se puede destacar: portabilidad y movilidad para ISDB-T, interactividad para DVB-T, alta definición en puntos fijos para ATSC, alta definición, movilidad y portabilidad para DTMB” (P.15).

Ecuador, como ya se mencionó antes, adoptó en 2010 el sistema ISDB-T de Japón y en 2013 el Gobierno Nacional aprobó su implementación y el uso general en nuestro país y esto fue publicado en el Registro Oficial No. 149 del 23 de diciembre del 2013 pero debe primero empezar un proceso de transición conocido como apagón analógico. En un artículo del portal web de la Universidad Nacional de Loja Luis Collaguazo lo define como:

El apagón analógico es la transición de la televisión analógica a la televisión digital terrestre o como se lo conoce TDT. Se desactivarán las antenas que transmiten la señal analógica en otras palabras consiste en reemplazar la tecnología que permite transmitir un solo canal de programación por señal abierta para que lleguen señales digitales que alojen más información en esa misma

capacidad. Permite transmitir más datos para ofrecer alta definición o una mayor cantidad de canales de programación (Collaguazo, 2019).



Figura. 2. Imagen ilustrativa del Ministerio de Telecomunicaciones sobre la TDT.

Es importante destacar que luego de que ocurra el apagón analógico la señal de la televisión digital solo podrá ser receptada por modelos de televisores que cuenten con el sistema decodificador ISDB-T, ya sea incorporado en propio televisor o conectado de manera externa. Respecto a este tema el Ministerio de Telecomunicaciones ha diseñado los *stickers* para los televisores disponibles en el mercado que posean o no el sistema adoptado a nivel nacional y se los muestra en las figuras 3 y 4.

¿Qué se necesita para recibir la señal de la TDT?

Para recibir las señales de la Televisión Digital Terrestre, se necesita:

- Un televisor digital o un televisor analógico con decodificador.
- Una antena interior apta para recibir señales digitales, y, en el caso de no recibir las señales con una antena interior, se deberá utilizar una antena exterior para obtener una mejor calidad de recepción.
- Hacer un barrido de sintonización para encontrar todos los canales digitales disponibles. (Ministerio de Telecomunicaciones, S.f.)



Figura. 3. *Sticker* de certificación equipo posee el sistema TDT aprobado en Ecuador.



Figura. 4. *Sticker* de certificación equipo no posee el sistema TDT aprobado en Ecuador.

2.4. Nuevas tecnologías de la información y la comunicación

Las Tecnologías de la Información y Comunicación, también llamadas TIC, TICs o NTICs para referirse a las nuevas tecnologías, se refiere al conjunto de componentes y técnicas aplicadas en el tratamiento y emisión de información en especial de la Internet y las telecomunicaciones.

No es un tema reciente del que se trata en la sociedad refiriéndose al desarrollo, pues a medida que el tiempo transcurre esta ha modificado y mejorado considerablemente el estilo de vida de los seres humanos. Al término del siglo XIX inventos como el teléfono o el telégrafo se los podría considerar como nuevas tecnologías de la época. Este mismo concepto es aplicable a, por ejemplo, la televisión que a mediados del siglo XX se volvió muy popular. A pesar de la gran importancia e impacto que tuvieron en su momento, en la actualidad no se las consideraría en la lista de TICs a causa, quizá, de los progresos en los dispositivos electrónicos modernos en la última década.

A finales del siglo XIX el teléfono podría ser considerado como una nueva tecnología según las definiciones de la época.² Esta misma definición podría aplicarse a la televisión cuando apareció y se popularizó en la década de los 50 del siglo pasado. Sin embargo, a pesar de la gran importancia de estas dos invenciones, hoy no se ubican en una lista de TICs, tal vez con los grandes cambios en los computadores actuales, dentro de 40 años, es muy posible que ya no puedan ser calificados como nuevas tecnologías (Lozano, 2011, pág. 61).

La invención de varios componentes tecnológicos contribuyó a la masificación de la comunicación y dio luz verde a la sociedad actual de la información. Desde la modernización de elementos pasados como el telégrafo eléctrico o el teléfono, que usaban cables para enlazarse unos con otros, hasta la televisión e Internet. Hoy podemos encontrar una alta gama de equipos electrónicos, portables en su mayoría, que cuentan con la tecnología suficiente para que los usuarios puedan comunicarse desde cualquier punto del mundo y a cualquier hora. El grupo de investigación 49A de la Universidad Jorge Tadeo Lozano (2012) dice:

De este modo encontramos que las TIC no paran de progresar y de extenderse, sobre todo en los países desarrollados, con el riesgo de acentuar localmente el espacio digital, y social y la diferencia entre generaciones. La comunicación en este campo se ha desempeñado desde puntos básicos como el cuidado del medio ambiente hasta la expansión de los medios de comunicación, a la democracia participativa (como es el caso del *Twitter*) pasando por el comercio, la telemedicina, la información, la gestión de múltiples bases de datos, la bolsa, la robótica y los usos militares; sin olvidar la ayuda a los discapacitados (ciegos que usan sintetizadores vocales avanzados), los TIC tienden a tomar un lugar importante en la vida humana y el funcionamiento de las sociedades (Grupo de investigación 39A Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2012, P. 62).

En este siglo no sorprende a nadie, y de hecho ya es algo muy común, estar informado cada minuto sobre lo que pasa en su localidad, el país o en cualquier rincón del mundo con una inmediatez tan asombrosa que las noticias se convierten en tema viejo con mucha rapidez. Las nuevas tecnologías ya forman parte de nuestro estilo de vida en la actualidad que es impensable salir de casa sin el Smartphone.

El uso masivo de Internet en la sociedad ha contribuido a que la información llega a casi todas las personas en todos los rincones del mundo sin restricciones. La época en la que el conocimiento estaba reservado para grupos considerados élites quedó atrás lo que significa que la pared que separaba a la humanidad del conocimiento masivo se ha destruido. Gracias a Internet las personas tienen acceso instantáneo y directo a la información, aunque la veracidad de dicha información puede ser cuestionada. La conexión entre personas que están en puntos lejanos del mundo se ha acertado virtualmente gracias a la tecnología y, obviamente, el comercio a nivel global se ha beneficiado. La promoción de sus productos o servicios puedes llegar a un mayor número de personas. Las videoconferencias, por ejemplo, agilitan el cierre de millonarios tratos económicos tanto en el sector público como en privado. Incluso muchas figuras y campañas políticas han visto en Internet y todo lo que ofrece un medio eficaz, económico y rápido para llegar a más personas; tenemos como ejemplo que la cuenta de red social más potente del mandatario de EEUU, Donald Trump, es *Twitter*.

En síntesis, las nuevas tecnologías permiten la interactividad y la conexión fácil, ágil y de mejor calidad por los altos estándares de imagen y sonido. De igual forma las nuevas tecnologías impulsan a la aparición de códigos y lenguajes nuevos, a la profesionalización progresiva de la creación de contenidos en el menor tiempo posible.

2.4.1. Dispositivos móviles

Los dispositivos móviles se han vuelto parte de nuestra vida por lo que ver a una persona que transita por la calle en dirección a su trabajo, institución educativa o simplemente que va camino a visitar a alguien con un teléfono celular o un reloj inteligente se ha vuelto muy común. En el mercado se puede encontrar actualmente una gran cantidad de equipos con una alta capacidad tecnológica y que tienen en común la portabilidad.

Desde la Segunda Guerra Mundial se empezó con la idea de la portabilidad a causa de la necesidad de equipos de comunicaciones que sean fáciles de transportar. El pionero en este campo fue la empresa Motorola que lanzó las primeras radios portátiles o *walkie talkie*, aunque esta tecnología se la aprovechó a partir de los años 50.

La historia de los dispositivos móviles como tal empieza en la década de los 80s con las calculadoras programables que lanzaron las empresas Casio y Hewlett-Packard. Una de ellas fue la Casio FX-750P con características adaptables a la época.

Según Cesar Tardágila, experto en tecnología, el primer dispositivo con funciones adicionales fue la Newton de la empresa Apple y que se lanzó al mercado en 1993. Este poseía un sistema de reconocimiento de escritura y era capaz de sincronizarse con un ordenador de Apple. Fue un salto muy grande en cuanto a tecnología se refiere y terminó siendo un fracaso debió a eso y se lo sacó del mercado en 1998.



Figura. 5. Dispositivo Newton de Apple lanzado en 1993.

Luego de la salida de la Newton surgieron dos dispositivos que se adueñaron del mercado durante los años siguientes y fueron la *Pilot* desarrollados por la empresa Palm y el Pocket PC desarrollado por Microsoft y fueron éxito en ventas pues en 2001 alcanzaron un 60% de todo el mercado estadounidense. La Pocket PC fue la primera PDA (Personal Digital Assistant o Asistente Digital Personal) y apareció en el mercado en el año 2000. Su éxito en el mercado se debió a su fácil manejo y a la sincronización con los computadores de escritorio con sistema operativo Windows. Sobre los dispositivos móviles Tardáguila (2006) dice:

Actualmente, los PocketPC y las Palm tienen pantallas de resolución VGA, en prácticamente todos los casos incorporan protocolos de comunicaciones inalámbricos, como Bluetooth o Wifi, o unidades de GPS. Por prestaciones, son, sin duda, los hermanos mayores del mundo de la movilidad (Tardáguila, 2006, P. 9).



Figura. 6. Pocket PC de Microsoft lanzada en el año 2000.

Los teléfonos móviles sin duda han cambiado los hábitos de las personas y en la actualidad tienen muchas utilidades y son llamados smartphones. Tardáguila (2006) dice:

El término smartphone es engañoso. Su traducción literal sería “teléfonos inteligentes”, y se utiliza indiscriminadamente para hacer referencia a cualquier teléfono de gama alta, englobando tanto a dispositivos de la Serie 60 o superior de Symbian, como a los que funcionan bajo Windows Mobile o bajo Palm OS. De todas formas, la marca comercial *Smartphone* es propiedad de Microsoft (Tardáguila, 2006, P. 10).

La historia de los actuales teléfonos empieza el 9 de enero del 2007 cuando Apple lanza al mercado el Iphone. Este teléfono móvil rompía con los estándares conocidos. Su

diseño poseía una única tecla en la parte inferior y una pantalla táctil, además de una cámara fotográfica de 2 megapíxeles; estas y otras características hicieron que tenga éxito en el mercado. No obstante, la empresa Samsung lanzó su primer teléfono de esta clase en 2010 y fue el Samsung Galaxy S; actualmente estas dos empresas dominan el mercado de la telefonía celular, aunque la compañía china Huawei ya empieza a rivalizar con estos dos gigantes.



Figura. 7. Primer Iphone lanzado al mercado por la empresa Apple.



Figura. 8. Primer smartphone Samsung lanzado en 2010.

Es innegable las grandes ventajas que dan los nuevos avances en telefonía móvil y en la actualidad se puede encontrar una gran variedad de smartphones en el mercado. Rafael Sánchez (2005) dice:

El mercado mundial nos ofrece la posibilidad de nuevos aparatos que evolucionan de un día a otro, para así volverse obsoletos al cabo de unos cuantos meses.

Esto trae consigo innegables ventajas, acelera el ritmo al cual obtenemos información, facilita las comunicaciones, reduce los tiempos de emisión y respuesta; es decir, transforma la vida diaria en todo un acontecimiento

tecnológico, todo esto aunado al crecimiento económico de las sociedades, y más allá, a todos los cambios en el orden natural de las cosas que la tecnología genera².

Ecuador no ha quedado fuera de esta globalización tecnológica. Según la Encuesta Multipropósito de Tecnologías de la Información y Comunicación realizada en diciembre del 2018 realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Inec, el 41,4% de la población a nivel nacional posee al menos un teléfono inteligente en el hogar. De ese grupo el 70,2% de la población de 25 a 34 años es el grupo con mayor tenencia de teléfonos inteligentes.

2.5. Internet y redes sociales

2.5.1. Internet

Al referirse a estos dos tópicos, Internet y las redes sociales, es imposible no relacionarlas; van de la mano en la actualidad, pero lo cierto es que las redes sociales existen gracias a Internet.

Era el año de 1947, 3 años después del final de la Segunda Guerra Mundial, y las nacientes potencias, Estados Unidos y la Unión Soviética, habían empezado la llamada Guerra Fría que consistió en un conflicto de económico, político y social de las dos potencias. Se conoce como Guerra Fría a este evento debido a que nunca se enfrentaron directamente ni hubo una declaración de guerra oficial de ninguna de las partes, pero si se espían el uno al otro y se mantenía la tensión en todo el mundo por el temor de que estas dos naciones con poder nuclear se enfrentaran. “Lo que conocemos como Guerra Fría, fue un conflicto surgido entre Estados Unidos y La antigua Unión Soviética. A diferencia de otros conflictos, éste era indirecto y abarcó la segunda mitad del siglo XX entre 1947 y 1991” (Ruiz, 2020).

Años más tarde la Unión Soviética comenzó a frenarse y esto benefició a Estados Unidos que reforzó sus fuerzas militares. Durante ese tiempo el país norteamericano requería un sistema más avanzado de comunicaciones que no pudiera ser filtrado por los

² Impacto de la telefonía celular y la Internet en el entorno social y académico de los jóvenes universitarios (En Línea) disponible en <https://www.monografias.com/trabajos30/telefonía-celular-universitarios/telefonía-celular-universitarios.shtml> (Consulta jueves 28 de noviembre de 2019, 8:40pm)

sistemas decodificadores soviéticos con los que los espiaban. En 1962 el investigador del Gobierno de los Estados Unidos, Paul Baran, presentó un sistema de comunicaciones que consistía en una red descentralizada conectada entre varios ordenadores. Luis Bahillo en su texto digital sobre la historia del Internet amplía este relato. Bahillo (2019) dice:

Este proyecto se basaba en el trabajo de Leonard Kleinrock quien un año antes publicaba desde el MIT la teoría de conmutación de paquetes que planteaba la factibilidad de utilizar esta revolucionaria técnica. Esta teoría se basa en que toda la información que sale de un dispositivo se trocea en bloques para ser transmitida por la red y a estos bloques se les llama paquetes.

Las investigaciones continuaron y años más tarde se pudo lograr la interconexión de 4 universidades de Estados Unidos para la emisión y recepción de datos, aunque era muy limitado y servía tan solo para realizar pruebas del sistema. A esta red se la denominó ARPANET y el propósito de esta red era la de continuar con las comunicaciones en caso de que inicie la guerra con la Unión Soviética. Para 1970 ARPANET ya se ha convertido en un sistema de comunicaciones sólido y confiable. En un inicio la red era de uso militar exclusivamente pero luego ya se permitió su uso en las universidades y para el desarrollo de sistemas de defensa de la nación. En 1973 la conexión se abrió a otros países entre los que figura Inglaterra.

La red pasó de las agencias militares a las universidades y proyectos de defensa del país cada vez con mayor fuerza. Los científicos la utilizaron y desarrollaron para permitir, también, compartir opiniones y poder establecer colaboraciones en trabajos. En 1972 ya integraba 50 universidades y centros de investigación que estaban distribuidos por Estados Unidos. Un año después, ARPANET ya estableció conexiones con otros países como Inglaterra y Noruega (Bahillo, 2019).

La década de los años 80 fue el auge de la red de comunicaciones. Los ordenadores se lanzaron al mercado y esto significó el crecimiento de estos equipos en Estados Unidos y el mundo. En 1983 el Departamento de Defensa de los Estados Unidos creó el protocolo

TCP/IP en la red ARPANET y de esta forma nació la red Arpa Internet; años después se quedaría con el nombre de Internet. Bahillo (2019) agrega:

El 12 de marzo de 1989 Tim Berners Lee describió por primera vez el protocolo de transferencias de hipertextos que daría lugar a la primera web utilizando tres nuevos recursos: HTML, HTTP y un programa llamado Web Browser. Un año después Internet nacía de forma cerrada dentro del CERN, y en agosto de 1991, por fin, los usuarios externos al CERN comenzaron a poder acceder a esa información.

A lo que se refiere es al nacimiento de la *World Wide Web* o al conocido WWW que se usa en las direcciones web que usamos en la actualidad. Este sistema creció rápidamente entre 1993 y 1997.

Internet ha servido como base para otros sistemas como las redes sociales, *streaming* y demás, ya implementados y que usamos en la actualidad como algo normal.

2.5.2. *Instagram*

Esta red social actualmente es una de las más populares a nivel mundial por las diversas funciones que posee y el estilo que lo caracteriza que no poseen las demás. Antes que nada, es importante conocer qué es *Instagram*. El portal web Ten tu Logo (2018) expone que “*Instagram* es una aplicación móvil que permite a los usuarios subir contenido y compartir sus vidas a través de fotos y videos”. La definición es muy clara y coherente. *Instagram* ha sido la red social dominante en el formato de fotos y videos en los últimos años y su crecimiento continúa.

Su historia empezó en la ciudad de San Francisco, Estados Unidos con dos programadores, Kevin Systrom y Mike Krieger. Su proyecto se llamó inicialmente *Burbn* y básicamente contaba con la función de fotografía móvil. Esto se desarrolló en 2009 y la propuesta no parecía ser nueva porque ya existían otras aplicaciones con funciones similares como *Facebook* o *Hi5*. Tentulogo.com (2018) dice que “*Burbn* fue entonces pivotado para centrarse más en compartir fotos y fue así como nació *Instagram*, nombre

que se trata de un portmanteau (juego de palabras) entre los términos cámara instantánea y telegrama”.

La fecha más importante para *Instagram* es el 6 de octubre de 2010. Ese día se lanzó al público en la App Store de Apple. En un principio la aplicación estaba disponible para todos los dispositivos de esta compañía, pero en abril del 2012 estuvo disponible para los usuarios de Android. En la actualidad la aplicación cuenta con más de mil millones de usuarios en todo el mundo, según cifras del Digital in 2020 que fue elaborado por We Are Social junto a Hootsuite.

2.5.3. *Twitter*

Esta red social ha ganado popularidad por el concepto diferente que ha ofrecido a los usuarios y este es el microblogueo, es decir que le da posibilidad a sus usuarios de publicar mensajes breves que normalmente son de solo texto.

Creada en marzo del 2006 por Biz Stone y Evan Williams que contaron con el apoyo de Jack Dorsey y Noah Glass con una idea que surgió desde la compañía Odeo en la ciudad de San Francisco, compañía que usaba el sistema con el nombre de Status. Luego de varias opciones que discutieron sus desarrolladores al final optaron por llamar a su aplicación como *Twitter*. A. Salinas (2017) cuenta que:

Esta red social hace su primera aparición el 15 de julio del 2006, y el primer tweet fue realizado por Jack Dorsey a las 12:50 pm, que decía “just setting my twtrr” (ajustando mi twtrr). Ese preciso momento, se inició una de las redes más potentes en el mundo, y que posteriormente, se convertiría en el favorito de miles de usuarios por sus 140 caracteres.

Twitter fue evolucionando y creciendo en número de seguidores con el paso de los años. En 2008 ya es considerada una red social influyente gracias a que personalidades muy conocidas como el ex presidente de Estados Unidos Barack Obama o celebridades como Michael Jackson comenzaron a crear sus cuentas oficiales para estar en contacto con sus seguidores.

En la actualidad cuenta con más de 340 millones de usuarios en todo el mundo según el estudio llamado Digital in 2020 que fue elaborado por que fue elaborado por We Are Social junto a Hootsuite.

2.6. Resolución y relación de aspecto de la imagen de televisión

La imagen en televisión es un tema muy importante que no puede ser pasado por alto. La resolución y los formatos o relación de aspecto en los que se pueden ver las imágenes en televisión poseen características específicas para que puedan adaptarse al tamaño y a la resolución de la pantalla del dispositivo del usuario, ya sea este un televisor convencional, un televisor moderno o *Smart TV*, una Tablet, un *IPad* o un *smartphone*.

A continuación, se tratará a detalle la calidad de la imagen que son HDTV y SDTV, así como los formatos de aspecto que se usan en televisión.

2.6.1. HDTV y SDTV

En la actualidad existen televisores con una resolución de pantalla que permiten ver las imágenes que proyectan de una forma asombrosamente nítida y viva que pareciera que el espectador estuviera dentro de dicha proyección. Entrando en tema, se puede clasificar la resolución de pantalla en dos categorías que son HDTV o *High Definition TV* y SDTV o *Standar Definition TV*. Pero, ¿Qué es resolución de imagen?, Guillem Alsina González, experto en tecnología de Cataluña, España, da una definición acertada sobre la resolución. Alsina (2017) dice que “En el vídeo digital, la resolución es la relación entre el número de píxeles en los que se divide la pantalla en vertical, y horizontal, indicada, por ejemplo, en 1920x1080 (horizontal por vertical), o 800x600”. También explica que un píxel es la unidad más pequeña en la que se divide la pantalla.

Conociendo estas definiciones podemos entrar en tema. Existe una marcada diferencia entre el HD, o alta definición por su traducción al español, y SD, o definición estándar traducido al español. El grupo de Investigación Digitalac elaboró un texto llamado Guía para el usuario de la televisión en alta definición y explica claramente. El grupo de Investigación Digitalac (2008) dice que “La televisión de alta definición, o “HDTV” (High Definition TV), permite ver imágenes de mejor calidad que las ofrecidas por la televisión tradicional, la denominada televisión de definición estándar, o “SDTV”

(Standard Definition TV)” (p.6). Cabe mencionar que la resolución de la definición estándar es de 720x480 píxeles y el aspecto, o *aspect ratio*, es 4:3, lo que significa que la anchura de la pantalla es un 33% mayor al alto de esta.

Esta afirmación la porque las imágenes en alta definición poseen una mayor cantidad de detalles en comparación a la calidad estándar. El grupo de Investigación Digitalac dice:

Las imágenes en alta definición contienen muchos más detalles que las imágenes en resolución estándar. Además, se muestran en formato 16:9, es decir, con una relación entre ancho y alto de imagen (denominada “relación de aspecto”) que se aproxima mucho más al campo visual humano, lo que permite aumentar el realismo de las imágenes (Grupo de Investigación Digitalac, 2008, p. 6).

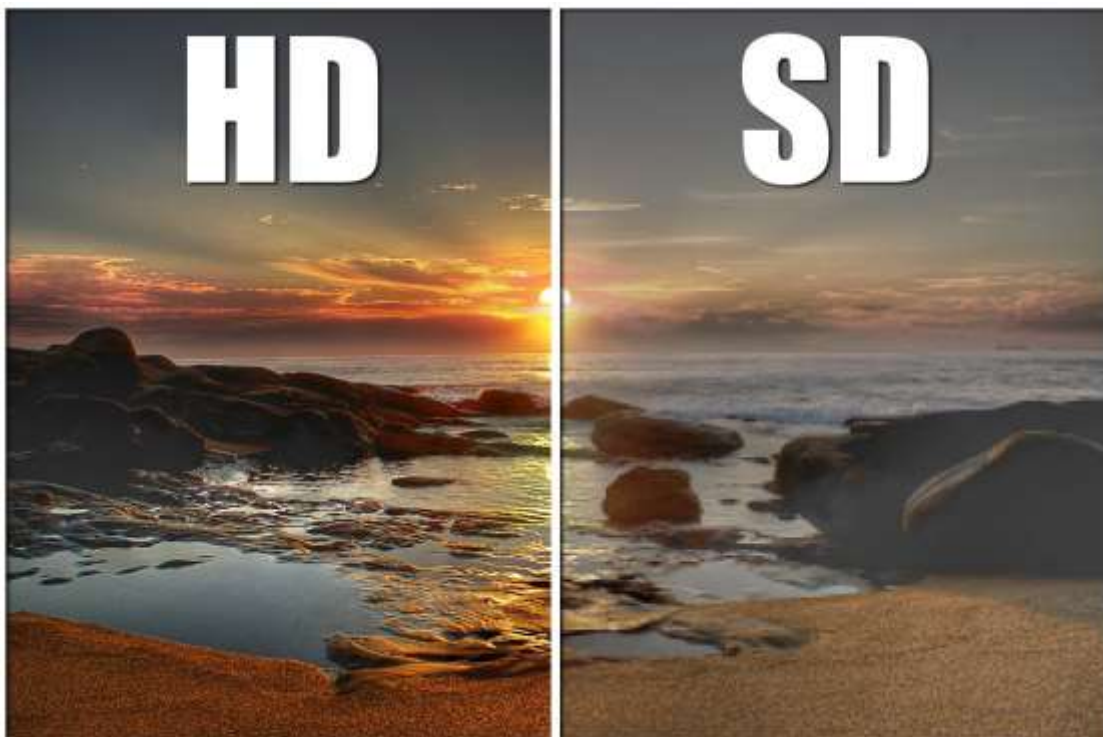


Figura. 9. Diferencia de calidad de imagen entre el formato HD y la SD.

Aquí afirma el Grupo Digitalac que la calidad de imagen es superior a la estándar. Como dato importante, la televisión de alta definición usa una resolución de imagen hasta 5 veces superior a la de la televisión tradicional, razón por la cual la apreciación de la imagen es mucho más atractiva, pero existen varias clasificaciones en la calidad HD en el siguiente cuadro podremos conocerlas.

	Resolución horizontal x vertical	Otros nombres	Dónde se encuentra
8K	7.680 por 4.320 píxeles	Ninguno	Televisores de alta gama
4K	3.840 por 2.160 píxeles	4K Ultra HD, Ultra High Definition, Ultra HD, UHD	Televisores, ordenadores, smartphones
FullHD	1.920 por 1.080 píxeles	1080p, FHD	Televisores, ordenadores, smartphones
HD	1.280 por 720 píxeles	720p, High Definition, HD	Televisores, ordenadores, smartphones

Figura. 10. Cuadro de resolución de imagen desde la 720p hasta 8K.

2.6.2. Relación de aspecto 16:9 y 4:3

La relación de aspecto, o *aspect ratio*, es el cálculo que se realiza en la proporción de la pantalla entre su ancho y su altura. Este cálculo se lo obtiene al dividir la altura con el ancho de la imagen y se la expresa con los ejes X: Y. Dicho esto, se puede entrar en tema. El grupo de Investigación Digitalac (2008) dice “el formato 4:3 ofrece una menor información para la misma distancia de captación de la imagen. Por lo tanto, para poder mantener la misma información horizontal, hay que alejar la cámara del objeto que se desea grabar” (p.8). Lo que esta afirmación expone es que este formato, también llamado cuadrado, limitaba el campo visual de lo que la cámara estaba captando en realidad y este formato fue usado hasta 2009 aunque aún se usa en países en vías de desarrollo.

En contrapunto el *aspect ratio* 16:9 ha traído muchos beneficios a todas las plataformas que usan la imagen y video, incluyendo a la televisión. El grupo de Investigación Digitalac (2008) afirma que “el formato 16:9, frente al tradicional 4:3 de televisión estándar, se aproxima mejor al campo de visión humano, es decir, permite

captar más información de la realidad y aumentar, de este modo, la sensación de integrarse en la escena” (p. 8).

El cambio de la relación de aspecto o *aspect ratio* ha contribuido a que se pueda incrementar la calidad de la imagen, es decir, subir la resolución de esta como vimos en las figuras 11 y 12. A continuación se presenta la diferencia entre ambas relaciones de aspecto en la figura 13.

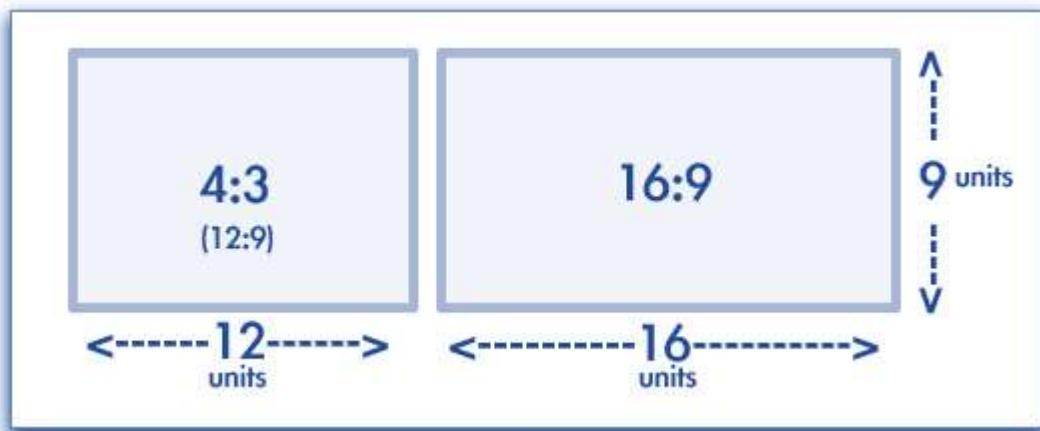


Figura. 11. Diferencia de *aspect ratio* entre el 4:3 y el 16:9.

Una de las más destacables ventajas, como ya se mencionó antes, es que el 16:9 permite usar una calidad de imagen en alta definición mientras que el 4:3 era predominante del formato estándar de definición. El grupo de Investigación Digitalac (2008) lo afirma:

El formato 16:9, muy aproximado al campo visual humano, cuando se combina con el uso de pantallas planas con las dimensiones idóneas, aumenta el realismo de las imágenes. Si a una pantalla de gran tamaño se une un sistema de audio con varios canales, la televisión de alta definición ofrece a los espectadores la oportunidad de recrear, en su sala de estar, una situación totalmente envolvente, muy parecida a la sensación que se experimenta en una sala de cine. Esto es lo que se entiende por experiencia HD (HD Experience) (P. 18).

Además, explica que la alta definición es la más idónea para los espectadores deportivos gracias a la mejor calidad de imagen y al campo visual más adaptado al de la vista humana que le permite observar y apreciar como si estuviera en el campo de juego.

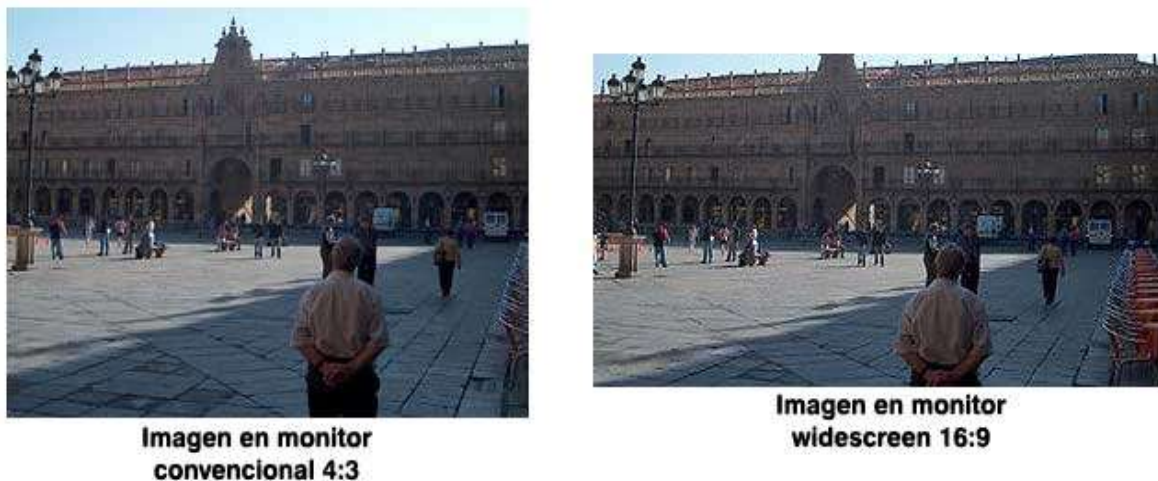


Figura. 12. Diferencia entre el *aspect ratio* 4:3 y 16:9.

2.7. Formatos del periodismo de televisión

En Periodismo se manejan, básicamente, tres formatos de noticias que son el noticiero, el informativo y el telediario. Cada uno posee ciertas características que los diferencian entre sí.

El noticiero es uno de los formatos informativos más conocidos y utilizados por los canales de televisión. El portal web Definición afirma que:

Se denomina noticiero a un programa televisivo o radial que se caracteriza por la presentación de noticias de actualidad. El noticiero suele estar presente en horarios cercanos a los momentos en los que la gente se dispone a comer a la mesa, ya sea durante el almuerzo como en la cena, con la finalidad de captar los mayores niveles de audiencia posible³.

³ Definición de Noticiero (En Línea) disponible en <https://definicion.mx/noticiero/> (Consulta viernes 29 de noviembre de 2019, 5:20pm)

El telediario es un formato de noticias similar pero que su nombre fue acuñado en España, mientras que el de noticiero es más usado en América Latina. En un análisis más profundo, el escritor Víctor J. Sanz da un análisis muy sugerente sobre los telediarios, pero antes es importante conocer que es un telediario. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2014) lo define “Programa informativo que se emite de forma diaria por un canal de televisión en el que se transmiten noticias de actualidad o de interés público” (RAE, 2014). Volviendo al análisis de Víctor J. Sanz sobre los telediarios, él expone una crítica a los telediarios actuales. Sanz (2012) afirma:

Desde el punto de vista del contenido, y siendo prácticos y realistas, un telediario podría definirse, entre otras muchas maneras, como un espacio de tiempo que las cadenas de televisión nos roban para llenarlo de elementos generalmente de muy bajo interés y utilidad para el espectador y a los que dan el nombre común y homogeneizador de "información" o noticias (Sanz, 2012).

Su punto de vista es muy inquietante porque, quizás, es una realidad sobre los informativos de televisión que no se ha analizado a profundidad y, posiblemente, esto esté contribuyendo a que más personas se informen en medios distintos a la televisión.

2.7.1. Formatos tradicionales de noticias

Los formatos más usados en los noticieros de televisión son los siguientes según (Puente, 2015):

Nota leída. – Es un texto que lee el presentador mientras se transmiten una secuencia de imágenes o video para graficar. Dura de 20 a 30 segundos y esta puede ser una noticia de menor importancia, de gran importancia o de última hora.

Leída con directo o mixta. - Es similar a la la nota leída que se complementa con uno o dos videos cortos.

Nota leída locutada. – Este es un tipo de nota que es muy larga para que el presentador la lea así que se escribe, se graba y se grafica. Se grafica con cuadros, generalmente.

Reportaje tradicional. – Es el reportaje de texto largo que se grafica con imágenes y video. Su duración puede ser de 1 a 2 minutos y medio.

Nota en vivo. – Este reportaje es con presencia del reportero en el lugar en el que se está realizando la acción, se realiza sin guion y de pie.

2.7.2. El Microcontenido

El formato por excelencia que predomina en Internet, principalmente en las redes sociales, es el microcontenido. En el portal web Estrategia del Contenido (2017) dice que “el microcontenido es la mínima pieza informativa con valor comunicativo por sí misma”. El concepto en si es muy breve y básicamente explica que el microcontenido es una versión muy ligera del formato tradicional, ya sea un reportaje, artículo de periódico, entre otros formatos informativos existentes. Estrategia del Contenido (2017) agrega que “es un contenido más líquido, más preciso, más breve y más versátil. Las máquinas de inteligencia artificial lo comprenden e interpretan”. Esta definición es más acertada porque explica detalladamente lo que es el microcontenido y ayuda a entender el nuevo fenómeno informativo que está tomando participación en Internet.

Como ya se mencionó, el espacio en el que predominan los microcontenidos son las redes sociales. Los hábitos de consumo de información van cambiando con el paso del tiempo y la sociedad actual se encarga se caracteriza por mantenerse activa. Alba Díez es una periodista digital de Barcelona, España y ha expuesto una aseveración que expone la realidad de nuestra sociedad. Díez (2016) dice:

Contamos con un tiempo reducido, una audiencia ávida de consumir información de interés y el reto de captar su atención, prácticamente, al instante. Así pues, debemos contar una historia amena, fresca y dinámica que provoque un *engagement* con el usuario y le incite a consumir nuestra marca o servicio; es lo que llamamos, micro contenidos. Dada su naturaleza inmediata, el espacio idóneo donde ponerlos en práctica son las redes sociales que, además, permiten compartir dichos contenidos con una amplia red de contactos (Díez, 2016).

Lo que expresa es lo que está ocurriendo en la actualidad con la información y el periodismo. *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* son las redes sociales que más usan los medios de comunicación tradicionales y los nativos digitales para potenciar su influencia mediática en el entorno.

Los dos medios que son objetos de estudio en el presente trabajo aprovechan este estilo de informar. Última Hora Ecuador lo hace a través de *Instagram*, el cual ha ganado un gran número de seguidores en los últimos 4 años que lleva en actividad. El Noticiero Digital UDLA hace lo mismo desde la que se ha convertido en su red social más potente, *Twitter*. Estos detalles se ampliarán en los capítulos 3 y 4.

Siguiendo con el tema de los microcontenidos, un formato que se está volviendo popular es el *podcast*. Ricardo González lo define en el blog CPA Online de una forma fácil de entender. González (2017) dice “un *podcast* es un archivo que contiene datos de audio, y en algunas ocasiones, de vídeo, subtítulos o notas”. Expone además que es una palabra compuesta de otras dos que son *pod* y *broadcast* que significan difusión y retransmisión, respectivamente. El término se originó en un artículo de *The Guardian*, un conocido diario británico, hace trece años y también en el reproductor de *Apple*. De aquí surge el término *podcasting*. González (2017) dice:

...el *podcasting* es la acción de distribuir estos archivos multimedia, normalmente a través de un sistema de sindicación de contenidos (los famosos RSS), que permite al usuario suscribirse a los *podcasts* y descargar los archivos para su consumo. Este consumo de los *podcasts* puede realizarse en el ordenador del usuario o en otros reproductores, como por ejemplo un *iPod*, un *iPhone*, etc... (R. González, 2017).

Plataformas como *Spotify* ya están implementando esta modalidad para informar a sus usuarios de una forma rápida y descomplicada. Precisamente en este perfil la Unión Podcastera (2017) dice:

Un *podcast* es un programa de audio o de video al que te suscribes con tu teléfono o con tu tableta de manera que recibes los episodios y los puede oír o ver

cuando tú quieras...es como si tuvieras tu programa de radio favorito en el bolsillo y lo puedes escuchar cómo, dónde y cuándo quieras (Unión Podcastera, 2017).

2.8. Nuevos formatos de noticieros

Las personas que navegan en Internet y quienes lo usan como herramienta de trabajo saben que el límite dentro de este universo es la imaginación. No existe nada que establezca un formato o estilo predeterminado de cualquier producto que se introduzca en la web. Un ejemplo de ello lo podemos notar en las formas de informar a la población en Internet, en especial, en las redes sociales. *Filo News* es un medio de comunicación digital de Argentina que posee su propio portal web y tiene presencia en *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e *Instagram*. En la transmisión de su noticiero vía *streaming* se pudo conocer el estilo que manejan aquí.

Filo News ha apostado, en lo que a un noticiero digital se refiere, a un formato más compacto, entretenido y cómico para informar en el menor tiempo posible. Su transmisión dura aproximadamente 10 minutos e informa de los acontecimientos de Argentina y el mundo. Mancini (2011) dice:

La audiencia ahora consume en píldoras, en todo momento y desde cualquier parte. En lo que dura un semáforo en rojo mientras maneja. En el subte. En la oficina. Durante el almuerzo Mientras espera a su pareja. Antes de empezar una reunión. En el taxi. En la demora de la cita con el dentista. En la fila para pagar el supermercado. En todos lados. En ninguno. De paso. Sin compromisos ni especial atención (p. 24).

El ciudadano actual se mantiene informado gracias a los avances en tecnología que existen al alcance de casi cualquier persona. Según lo explicado en el apartado 2.4, las nuevas tecnologías de la comunicación e información, TICs, han contribuido a la portabilidad de equipos que son capaces de realizar múltiples funciones que en siglo XX eran imposibles de realizar por un solo equipo, es decir los *smartphones* y demás equipos similares como tabletas.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Método de investigación

El trabajo de investigación sobre los noticieros que se transmiten vía *streaming* que son Última Hora Ecuador y UDLA Channel durante una semana regular de transmisión será de carácter mixto, es decir se aplicará métodos cuantitativos y cualitativos para analizar el periodo seleccionado que va desde el 25 al 29 de noviembre del 2019. Sobre el análisis de contenido mixto el Dr. Roberto Hernández Sampieri expone una definición en la sexta edición del libro Metodología de la Investigación junto al Dr. Carlos Fernández y a la Dra. María del Pilar Baptista. Sampieri (2014) dice:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (P. 534).

El motivo de la aplicación del método de análisis mixto es para poder obtener resultados que contribuyan a contestar las preguntas y comprobar los planteamientos establecidos en previamente en el presente trabajo.

Un factor adicional que ha detonado la necesidad de utilizar los métodos mixtos es la naturaleza compleja de la gran mayoría de los fenómenos o problemas de investigación abordados en las distintas ciencias. Éstos representan o están constituidos por dos realidades, una objetiva y la otra subjetiva (Sampieri, 2014, P. 536).

Dado que no es un análisis profundo sobre los contenidos que generan ambos noticieros es muy necesario aplicar el método mixto pues cumple con los requerimientos que necesitamos para cumplir con las expectativas del presente trabajo.

Se inicia la fase metodológica con la grabación de las transmisiones en vivo vía *streaming* de los noticieros en el período seleccionado para luego iniciar el estudio cualitativo de estos. También se realizarán visitas a los canales para, mediante entrevistas

a los editores, directores y periodistas de ambos medios, recopilar información valiosa para este estudio. En simultáneo, se conformará un grupo focal de estudiantes de universidades locales para conocer los hábitos de consumo de noticias de adultos jóvenes de entre 18 y 25 años de edad.

Para realizar el método de grupos focales nos basamos en la autora Jenny Kitzinger (1995) expone:

Los grupos focales son una forma de entrevista grupal que capitaliza la comunicación entre los participantes de la investigación para generar datos. Aunque el grupo las entrevistas a menudo se usan simplemente como una forma rápida y forma conveniente de recopilar datos de varias personas simultáneamente, los grupos focales usan explícitamente el grupo interacción como parte del método. Esto significa que en lugar de que el investigador le pida a cada persona que responda a una pregunta a su vez, se alienta a las personas a hablar con uno al otro: hacer preguntas, intercambiar anécdotas y comentando las experiencias de los demás y puntos de vista (p.299).

Esta necesario entender que los grupos focales son parte de una técnica cualitativa, pero en este caso usaremos los resultados para cuantificarlo.

3.2. Tipo de investigación

El presente trabajo se lo ha clasificado como del tipo exploratorio dada la naturaleza de la investigación. Sampieri (2010) afirma que: “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Sampieri, 2014, p. 91).

En la búsqueda de trabajos similares que traten el tema de la transmisión de noticieros vía *streaming* no se pudo encontrar ninguno que trate el tema como tal; lo que si se encontró fue un estudio general de medios digitales pero que abordaba a los ya existentes en su transición o adopción del sistema digital. El Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina cuya primera edición fue en 2016 y que fue elaborada por Jordy Meléndez.

En cuanto al grupo focal la forma de realizar la metodología se fundamenta en las creencias y experiencias particulares de los colaboradores, además de que las opiniones y respuestas servirán para extraer tendencias de hábitos de consumo entre los participantes. Kitzinger (1995) explica que:

La idea detrás del método del grupo focal es que los procesos grupales pueden ayudar a las personas a explorar y aclarar sus puntos de vista de maneras que serían menos accesibles en una entrevista individual. La discusión grupal es particularmente apropiada cuando el entrevistador tiene una serie de preguntas abiertas y desea alentar la investigación participante para explorar los temas de importancia para ellos, en su propio vocabulario, generando sus propias preguntas y persiguiendo sus propias prioridades. (p. 299).

3.3. Diseño de investigación

El presente trabajo es del tipo no experimental. Hernández Sampieri, en su texto Metodología de la Investigación 6ta. Edición, explica en qué consiste un trabajo del tipo no experimental. Sampieri (2014) dice:

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos (p. 162).

La investigación presente es considerada del tipo no experimental, pero de carácter cualitativo y cuantitativo debido a que se analizan las transmisiones vía *streaming* de los noticieros UDLA Channel y Última Hora Ecuador de la semana del 25 al 29 de noviembre del 2019, así como la conformación de un grupo focal para conocer sus hábitos de consumo de noticias.

La mayoría de los investigadores recomiendan apuntar a la homogeneidad. Dentro de cada grupo para capitalizar experiencias compartidas de las personas. Sin embargo, también puede ser ventajoso reunir a un grupo diverso (para ejemplo, de una variedad de profesiones) para maximizar exploración de diferentes perspectivas dentro de un grupo ajuste. (p.311)

3.4. Técnicas de investigación

Este trabajo consta de 3 fases. La primera fase es la de recolección de información para el estudio investigativo posterior que incluye la documentación teórica y la grabación de los noticieros de ambos canales digitales. La fase 2 es la de entrevistas, conteo de audiencias de los noticieros *online* y la conformación del grupo focal para el presente estudio. La fase 3 se divide en dos partes; una es el análisis cualitativo de los noticieros transmitidos vía *streaming* y la otra parte es la reunión del grupo focal para conocer los hábitos de consumo de noticias de los jóvenes adultos. El grupo focal se repartió en varios días porque se realizó a estudiantes de diversas universidades de Guayaquil en total 15 estudiantes. La dinámica consistía en reunir a 5 estudiantes de cada universidad y que respondieran desde su experiencia a las preguntas en un modelo de cuestionario. Enseguida se explica las técnicas aplicadas en este estudio.

3.4.1. Levantamiento de información

La fase de búsqueda de la bibliografía relacionada con la televisión y los noticieros, la historia de la televisión y del periodismo de este formato, aspectos técnicos de las nuevas herramientas tecnológicas para realizar la labor periodística desde la pantalla y las nuevas tendencias de consumo de información han contribuido a la comprensión de estos conceptos cruciales para los diferentes parámetros investigativos aplicados durante el tiempo de observación de los noticieros y para la correcta dirección del grupo focal.

3.4.2. Observación

Para la presente investigación se seleccionaron dos noticieros que se transmiten vía *streaming* que son UDLA Channel y Última Hora Ecuador durante la semana del 25 al 29 de noviembre del 2019 para que sean analizados. Sobre este método de observación Sampieri (2014) dice que “Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de

un conjunto de categorías y subcategorías” (P. 252). El objetivo de esta observación es conocer el número de visualizaciones en la transmisión vía *streaming* y, de poseerlo, en el repositorio, su formato (si es similar al de la televisión tradicional) y las reacciones en las redes sociales a nivel general. Los parámetros establecidos son los siguientes:

Para la ficha general

- Nombre del noticiero
- Canal al que pertenece
- Horario
- Segmentos
- Bloques
- Duración de cada segmento
- Duración de cada bloque
- Duración promedio
- Número de espectadores

Para la ficha de análisis de noticiero por día

- Nombre del noticiero
- Fecha de emisión
- Hora de inicio de transmisión
- Hora de fin de transmisión
- Número de bloques
- Número de segmentos
- Número de reportajes
- Duración de cada bloque
- Duración de cada segmento
- Duración de cada reportaje
- Duración total
- Periodistas participantes
- Espectadores en vivo

Para la ejecución del grupo focal se tomó la diversidad de los grupos y a las diferentes universidades a las que pertenecen, pero se delimitó en un rango de edad de 18-25 años. Además, se varió el cuestionario para estudiantes que estuvieron viviendo en el extranjero un período de 2 a más meses que en su totalidad se le realizó a un grupo de 5 personas, a ellos se le realizó el primer modelo de cuestionario (véase en modelo 1); mientras que a los demás estudiantes se le realizó otro modelo de cuestionario (véase en modelo 2). La diferencia de los cuestionarios resalta solo en las preguntas de transición.

Modelo 1 de cuestionario para el grupo focal de estudiantes que vivieron en el extranjero

Guía del moderador

- Presentación
- Explicación introductoria
- Rompiendo el hielo
- Preguntas generales o de apertura
- Preguntas de transición
- Preguntas de cierre

Explicación introductoria para la sesión de grupo

- Se grabará la entrevista, lo cual siéntanse cómodos, y eso ayudará a obtener buenas respuestas de ustedes.
- Por favor que hable una sola persona a la vez y levante la mano para indicar que quiere hablar.
- Si usted tiene una opinión diferente a las demás personas del grupo, es importante que nos la haga saber.
- ¿Tienen alguna pregunta?
- Rompimiento del Hielo
- Se realizaron preguntas a los estudiantes entre las cuales: ¿Cómo se llaman?
¿Cuántos años tienen? ¿En qué carrera están?

Preguntas Generales o de Apertura

- ¿Qué tipos de noticieros *streaming* conocen?
- ¿Qué tipo de noticieros consumen?
- ¿Por qué consumen este tipo de noticieros?
- ¿Si la imagen no es llamativa y el reportaje es extenso siguen consumiendo el noticiero o cambian por uno más conciso?
- ¿Alguna vez han consumido noticieros en *podcast*?

Preguntas de Transición

- Al vivir en el extranjero por un periodo entre 2 o más meses que otras formas de consumir noticieros han visto
- ¿Por qué piensas ustedes que los noticieros internacionales han cambiado el formato tradicional de las noticias?
- ¿En el periodo que estuvieron en el extranjero cada cuánto consumían noticias?
- ¿Han consumido noticias o veían que habitantes extrajeros consumían noticias en nuevos formatos como *storytelling* y *podcast*?

Preguntas de Cierre

- ¿Qué creen que les hace falta a los noticieros nacionales para que el público los consuma?
- ¿Creen que necesita cambiar la forma como se presentan los noticieros a nivel nacional?
- ¿Qué les recomendaría a los productores de noticieros para que el público consuma más noticias?
- Agradecimiento por la Participación Se les agradeció a los estudiantes por su participación y por la calidad de respuestas.

Modelo 2 de cuestionario para el grupo focal de estudiantes de las demás universidades

Guía del moderador

- Presentación
- Explicación introductoria
- Rompiendo el hielo
- Preguntas generales o de apertura
- Preguntas de transición
- Preguntas de cierre
- Explicación introductoria para la sesión de grupo
- Se grabará la entrevista, lo cual siéntanse cómodos, y eso ayudará a obtener buenas respuestas de ustedes.
- Por favor que hable una sola persona a la vez y levante la mano para indicar que quiere hablar.
- Si usted tiene una opinión diferente a las demás personas del grupo, es importante que nos la haga saber.
- ¿Tienen alguna pregunta?
- Rompimiento del Hielo
- Se realizaron preguntas a los estudiantes entre las cuales: ¿Cómo se llaman?
¿Cuántos años tienen? ¿En qué carrera están?

Preguntas Generales o de Apertura

- ¿Qué tipos de noticieros *streaming* conocen?
- ¿Qué tipo de noticieros consumen?
- ¿Por qué consumen este tipo de noticieros?
- ¿Si la imagen no es llamativa y el reportaje es extenso siguen consumiendo el noticiero o cambian por uno más conciso?
- ¿Alguna vez han consumido noticieros en *podcast*?

Preguntas de Transición

- Los noticieros internacionales ahora son muchos más cortos en otros países y también les atribuyen a las noticias formatos como storytelling y podcast. ¿porque creen que los noticieros tradicionales han cambiado el formato antiguo a este más actual?
- ¿En un aproximado cuantas noticias consumen por día?
- ¿Dónde consumen más las noticias en *Facebook*, *Twitter* o en *Instagram*?

Preguntas de Cierre

- ¿Qué creen que les hace falta a los noticieros para que el público los consuma?
- ¿Creen que necesita cambiar la forma como se presentan los noticieros a nivel nacional?
- ¿Qué les recomendaría a los productores de noticieros para que el público consuma más noticias?
- Agradecimiento por la Participación Se les agradeció a los estudiantes por su participación y por la calidad de respuestas.

3.4.3. Análisis de contenido

El análisis de contenido es uno de los aspectos que ayudó a conocer más a fondo a los noticieros digitales Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA. Raúl Martín Martín, docente de la Universidad de Castilla – La Mancha, en su texto Estadística y Metodología de la Investigación, una definición interesante sobre el análisis de resultados. Martín (s.f) dice “Podemos definir el análisis de contenido como una técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación o de cualquier otra manifestación de la conducta” (P.2). Para el análisis de contenido de los noticieros se lo realizó de forma sistemática.

Los datos más importantes que se desean obtener en esta investigación de alcance de noticias son el número de usuarios observando las transmisiones en vivo vía *streaming* de los noticieros Noticiero Digital UDLA y Última Hora Ecuador.

El análisis de los noticieros se efectúa mediante parámetros relacionados con los criterios establecidos para este formato de producto audiovisual y se dividió en dos partes. La primera que fue de forma general y la segunda por cada transmisión diaria. Para poder efectuarlo se elaboraron dos tablas para ingresar los respectivos datos de cada uno de los noticieros que se están estudiando. A continuación, se muestran las fichas usadas para el estudio.

Ficha de análisis general	
Nombre del noticiero	
Canal al que pertenece	
Horario	
Segmentos	
Bloques	
Duración de cada segmento	
Duración de cada bloque	
Duración promedio	
Número de espectadores	

Figura. 13. Ficha general de análisis de noticiero.

Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	
Fecha de emisión	
Hora de inicio de transmisión	
Hora de fin de transmisión	
Número de bloques	
Número de segmentos	
Número de reportajes	
Duración de cada bloque	
Duración de cada segmento	
Duración de cada reportaje	
Duración total	
Periodistas participantes	
Espectadores en vivo	

Figura. 14. Ficha para analizar las transmisiones diarias de los noticieros.

Los parámetros expuestos en la figura 14 fueron seleccionados tomando como referente el estudio de medios digitales latinoamericanos realizado en 2016. Este análisis corresponde al aspecto cuantitativo de la investigación que se detalla en el apartado 4.1 del trabajo. También estos parámetros se tomarán en cuenta para el análisis cualitativo de los noticieros y se detallan en el apartado 4.2. La evaluación hecha a los dos noticieros, tanto general como por día, se encuentran en los anexos del A al K.

Es importante aclarar que para el análisis cuantitativo sobre el número de visualizaciones se tomará en cuenta la transmisión vía *streaming* y se usará como referencia la cifra más alta de la red social más potente que posea cada noticiero. Esto debido a que el número de visualizaciones en el programa en vivo en las redes sociales es muy bajo comparado con la que se emite vía *streaming*.

3.4.4. Entrevista en profundidad

En esta investigación la entrevista fue una de las herramientas que aportó información útil para este trabajo. Leopoldo De los Ríos da una definición competente sobre la entrevista. De los Ríos (S.f) dice:

La entrevista constituye un instrumento de comunicación y una técnica de investigación fundamental en las ciencias humanas.

Se emplea en la investigación social (recopilación de datos) y en tareas profesionales con diversos fines: información (periodismo), ayuda social (asistencia social), asesoramiento psicológico (psicología), asesoramiento educativo, vocacional y personal (orientación), psicoterapia (psiquiatría), selección profesional y académica de postulantes (evaluación de candidatos), etc. (P.1).

La entrevista fue usada para poder conocer, desde las voces de los representantes de los noticieros Noticiero Digital UDLA y Última Hora Ecuador, lo necesario para poder efectuar esta investigación. Adicionalmente, estas sirvieron para poder recopilar datos cualitativos y cuantitativos sobre los hábitos de consumo de noticias por medio del grupo focal conformado por estudiantes del tercer nivel de educación.

3.5. Objeto de estudio

La investigación tiene como propósito el análisis de las transmisiones vía *streaming* de los noticieros Noticiero Digital UDLA y Última Hora Ecuador durante una semana regular de noticias. El período de análisis que se estableció es de lunes a viernes y empezó el 25 de noviembre del 2019 y culminó el 29 de noviembre del mismo año.

3.6. Población y muestra

La población está conformada por los representantes de cada noticiero digital y el grupo focal que con el que se conocerán los hábitos de consumo de noticias de las personas en edades entre los 20 y 25 años de edad.

La muestra que se seleccionó fue no probabilística dada la clase de trabajo investigativo que se estaba realizando. Para Sampieri (2014) “muestra no probabilística o dirigida Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (p. 176).

Una de las ventajas de este tipo de muestra es que da la libertad de elegir al subgrupo de la población para el análisis y que está en sintonía con la investigación. Los representantes de los noticieros, así como el grupo focal representan a esa muestra. Sampieri (2014) expone que “las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transeccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o sondeos, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población” (p. 177). Para este trabajo se logró entrevistar a:

- Lcdo. Jefferson Merchán, periodista y presentador del noticiero Última Hora Ecuador
- Ab. Carlos Jijón, Director General de UDLA Channel
- Prof. Ramón Murillo, Productor General de UDLA Channel
- Anthony Reina, Jefe de Información del Noticiero Digital UDLA
- Dr. Héctor Bujanda, Coordinador de Maestría de Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia en Universidad Casa Grande

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS

El análisis se desarrolló en dos partes tanto para el estudio de contenido de los noticieros, así como del grupo focal. La primera parte corresponde a los resultados cuantitativos obtenidos por medio de la visualización de las grabaciones de las transmisiones en vivo de los noticieros online para conocer el número de usuarios que lo observan. En total fueron 9 videos que se observaron para este análisis que representan el período comprendido entre los días 25 al 29 de noviembre del 2019. Es pertinente aclarar que el día lunes 25 de noviembre del 2019 el canal UDLA Channel no emitió su noticiero como lo suele hacer así que será omitido en este análisis. Se utilizaron las fichas de análisis mostradas en las figuras 13 y 14 del apartado 3.4.3 que corresponde al capítulo de metodología de esta investigación. Algunas de las transmisiones en las redes sociales se tomarán como referencia para que dichas cifras contribuyan a conocer las tendencias en consumo de noticias. En esta primera parte también se analizarán los datos proporcionados por el grupo focal del cual se medirá cuantos de ellos consumen noticias de forma tradicional y cuantos han modificados sus hábitos de consumo para mantenerse informados.

La segunda parte consiste en un análisis de contenido cualitativo sobre ambos noticieros y compararlos con los que manejan *Filo News* y *Teleamazonas*. El objetivo es conocer su formato y compararlo con el tradicional de noticias de televisión. De igual forma se tomará cada opinión dada por los miembros del grupo focal sobre los factores que los han motivado a consumir noticias, ya sea de la forma tradicional o la actual. Se efectuó un análisis individual de cada noticiero, así como de cada transmisión vía *streaming*. Se complementó la información con las entrevistas realizadas a las personas que representaban a cada medio y que están detalladas en el apartado 3.4.2. Finalmente se efectuó un análisis global basado en los resultados obtenidos de cada uno de los noticieros que fueron objeto de estudio.

4.1. Observación

4.1.1. Última Hora Ecuador

La emisión del noticiero digital del canal Vito TVO del día 25 de noviembre del 2019 empezó a las 17:20 y culminó a las 18:05, es decir que tuvo una duración de 45 minutos. Como dato extra, durante la semana de análisis, el noticiero no empezó a una hora fija, salvo en dos ocasiones que empezó a las 17:30. El programa se dividió en dos bloques de 20 minutos cada uno separados por un espacio publicitario de 5 minutos y constó de 4 segmentos que duraron 10 minutos, 2 por bloque. Sobre los reportajes en total hubo 12 con una duración promedio de 2 minutos cada uno y los comentarios de los presentadores luego de cada reportaje duraban en promedio 1 minuto por cada uno. Adicional a esto también existió un espacio para saludar a los seguidores que comentaban durante la transmisión en vivo duraban aproximadamente 40 segundos.

Sobre el número de espectadores se consideró el de la transmisión vía *streaming*, cifra a la que se suma el número de espectadores en vivo de la red social más potente de cada uno de los noticieros. En el caso de *Instagram* se toma como referencia base la cifra de espectadores en vivo del día 25 de noviembre, que fue de 17 espectadores, y que fue la más alta de audiencia en toda la semana de estudio (Ver Anexo F). Dicho esto, ese día el número de espectadores en vivo de la transmisión vía *streaming* fue de 108 personas.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Última Hora Ecuador el 25 de noviembre del 2019



Figura. 15. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* e *Instagram* el 25 de noviembre del 2019.

La emisión del día 26 de noviembre del 2019 empezó a las 17:33 y culminó a las 18:24, es decir que tuvo una duración de 51 minutos. Ese día el noticiero se dividió en tres bloques de 15 minutos cada uno separados por dos espacios publicitarios de 2 minutos y constó de 5 segmentos que duraron de 12 a 14 minutos. Sobre los reportajes en total hubo 7 con una duración promedio de 2 minutos cada uno y además los comentarios de los presentadores luego de cada reportaje que duraban en promedio 1 minuto por cada uno. Este día hubo una entrevista a un invitado que duró 14 minutos. También existió espacio para saludar a los seguidores del noticiero y duraron en promedio 1 minuto.

Sobre el número de espectadores en la transmisión vía *streaming* ese día fue de 148 personas.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Última Hora Ecuador el 26 de noviembre del 2019

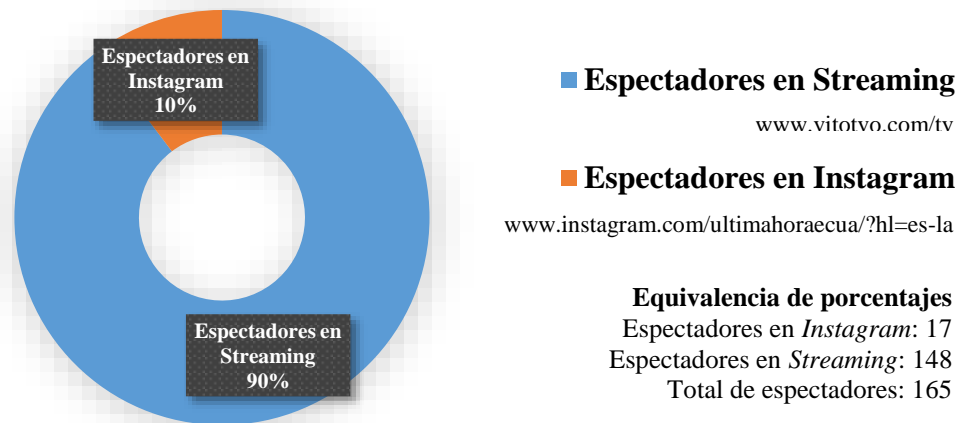


Figura. 16. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* e *Instagram* el 26 de noviembre del 2019.

La emisión del 27 de noviembre del 2019 comenzó a las 17:30 y culminó a las 18:11 lo que representa 41 minutos de programa. Ese día el noticiero, al igual que el día anterior, se dividió en tres bloques de 9 minutos cada uno separados por dos espacios publicitarios; el primero duró 12 minutos y el segundo 4, lo que da un total de 16 minutos de publicidad. Ese día hubo 4 segmentos. Sobre los reportajes en total hubo 3 con una duración promedio de 2 minutos cada uno y además los comentarios de los presentadores luego de cada reportaje que duraban en promedio 1 minuto. Este día también hubo una entrevista que duró 9 minutos. No hubo espacio para saludos a seguidores.

Sobre el número de espectadores en la transmisión vía *streaming* ese día fue de 89 personas.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Última Hora Ecuador el 27 de noviembre de 2019

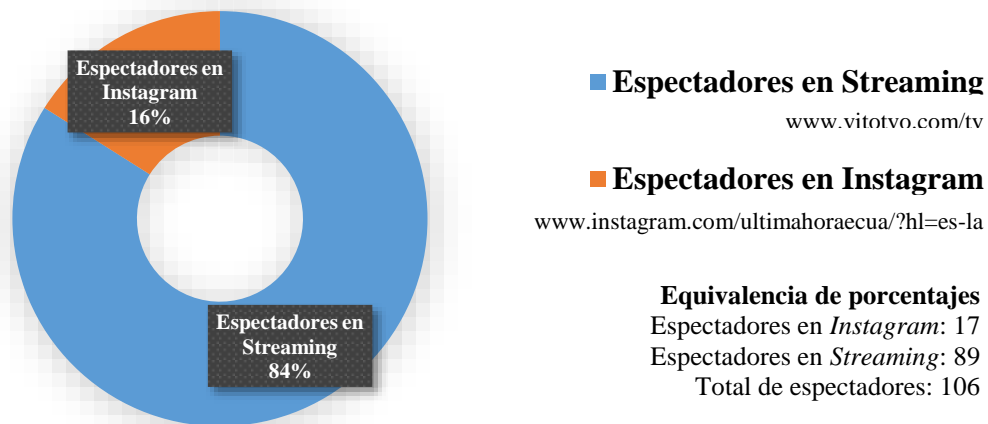


Figura. 17. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* e *Instagram* el 27 de noviembre del 2019.

El 28 de noviembre del 2019 la transmisión comenzó a las 17:23 y culminó a las 18:06 lo que representa una duración de 49 minutos de programa. Ese día el noticiero se dividió en dos bloques de 22 minutos cada uno separados por un espacio publicitario que duró 3 minutos. Ese día hubo 4 segmentos. Sobre los reportajes en total hubo 9 con una duración promedio de 1 minuto 40 segundos cada uno y además los comentarios de los presentadores luego de cada reportaje que duraban en promedio 1 minuto. Este día también hubo una entrevista que duró 10 minutos. No hubo espacio para saludos a seguidores.

Sobre el número de espectadores en la transmisión vía *streaming* ese día fue de 78 personas.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Última Hora Ecuador el 28 de noviembre del 2019

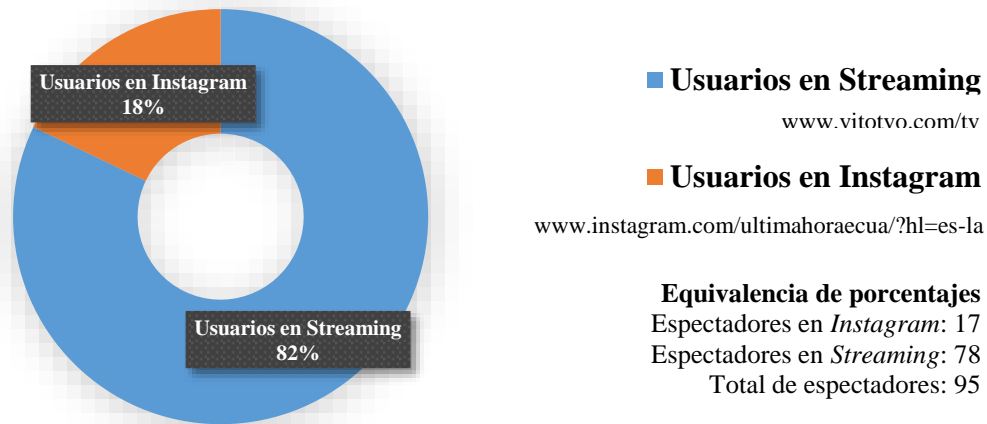


Figura. 18. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* e *Instagram* el 28 de noviembre del 2019.

El 29 de noviembre del 2019 la transmisión comenzó a las 17:30 y culminó a las 18:15 lo que representa una duración de 45 minutos del noticiero digital Última Hora Ecuador. Ese día el noticiero se dividió en dos bloques de 21 minutos cada uno separados por un espacio publicitario que duró 3 minutos, aproximadamente. Ese día hubo 5 segmentos. Sobre los reportajes en total hubo 8 con una duración promedio de 1 minuto 30 segundos cada uno y además los comentarios de los presentadores luego de cada

reportaje que duraban en promedio 1 minuto. Este día también hubo una entrevista que duró 11 minutos. No hubo espacio para saludos a seguidores.

Sobre el número de espectadores en la transmisión vía *streaming* ese día fue de 55 personas.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Última Hora Ecuador el 29 de noviembre del 2019



Figura. 19. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* e *Instagram* el 29 de noviembre del 2019.

En general la cifra semanal de usuarios muestra que su audiencia no abrumadoramente numerosa en comparación a la cantidad de seguidores que posee en su cuenta de *Instagram*.

Usuarios que observaron Última Hora Ecuador durante la semana de estudio

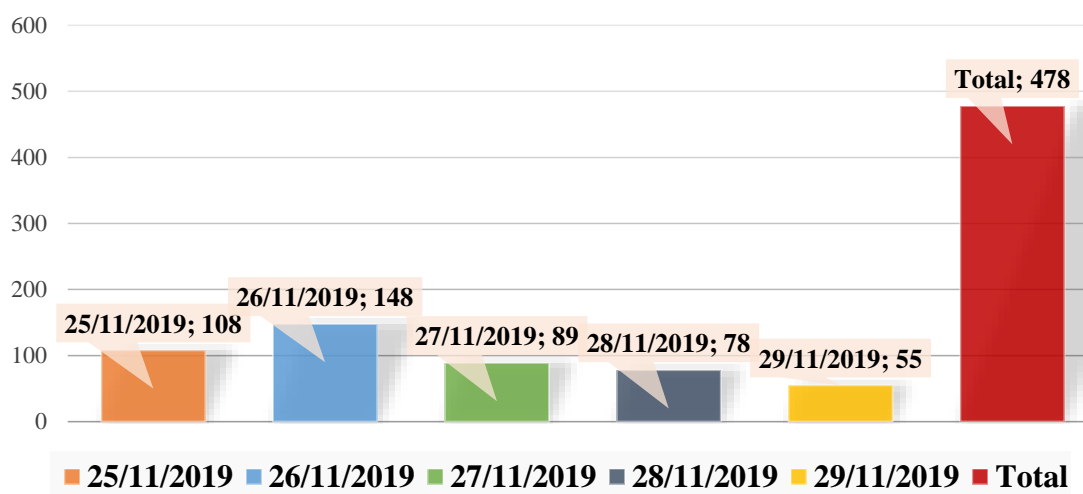


Figura. 20. Cuadro de usuarios que observaron la transmisión vía *Streaming* e *Instagram* de Última Hora Ecuador durante la semana de estudio.

Se pudo observar que en la semana de estudio logró alcanzar un total de 478 usuarios que observaron la transmisión del noticiero y que el día con mayor audiencia fue el martes 26 de noviembre. En relación a la potencia mediática que posee en su cuenta de *Instagram*, se puede notar una relación de inferioridad en alcance. Esto, posiblemente, responda al cambio de hábitos de consumo de noticias de las audiencias más jóvenes.

4.1.2. Noticiero Digital UDLA

La emisión del Noticiero Digital UDLA perteneciente al canal UDLA Channel, como ya se mencionó anteriormente, no transmitió el día 25 de noviembre del 2019, por tal motivo el análisis empieza a partir del 26 de noviembre del 2019. También es pertinente recordar que aquí se tomarán en cuenta las visualizaciones de la cuenta de *Twitter* debido a que es la más potente que posee (Ver Anexos K). El día 26 empezó la transmisión a las 16:30 y culminó a las 16:57, es decir que tuvo una duración de 27 minutos. Como dato extra, durante la semana de análisis, el noticiero empezó a la hora especificada por el propio canal. Este noticiero no se divide en bloques porque no cuenta con espacio publicitario al tratarse de una herramienta educativa, tal y como lo indica el Director General de UDLA Channel, Carlos Jijón. Sobre los reportajes en total hubo 18 con una

duración promedio de 1 minuto con 40 segundos cada uno; no hay comentarios de parte de las presentadoras del noticiero sobre las noticias y tampoco hubo espacio para saludos a seguidores.

Sobre el número de espectadores se consideró el de la transmisión vía *streaming*, cifra a la que se suma el número de espectadores en vivo de la red social más potente de cada uno de los noticieros; en este caso es *Twitter*. En el caso de *Twitter* se toma como referencia base la cifra de espectadores en vivo del día 28 de noviembre que se podrá ver en el anexo #, que fue de 7 espectadores, y que fue la más alta de audiencia en toda la semana de estudio. Dicho esto, ese día el número de espectadores en vivo de la transmisión vía *streaming* fue de 45 personas.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Noticiero Digital UDLA el 26 de noviembre del 2019

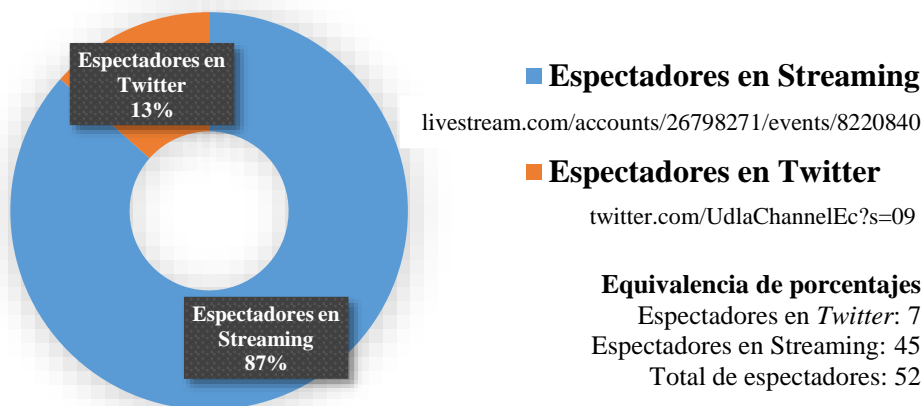


Figura. 21. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* y por *Twitter* el 26 de noviembre del 2019.

El día 27 de noviembre del 2019 la transmisión empezó a las 16:31 y culminó a las 17:05, es decir que tuvo una duración de 34 minutos. Sobre los reportajes en total hubo 21 con una duración promedio de 1 minuto con 40 segundos cada uno; no hay comentarios de parte de las presentadoras del noticiero sobre las noticias y tampoco hubo espacio para saludos a seguidores. Sobre el número de espectadores hubo 48 en la transmisión vía *streaming*.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Noticiero Digital UDLA el 27 de noviembre del 2019

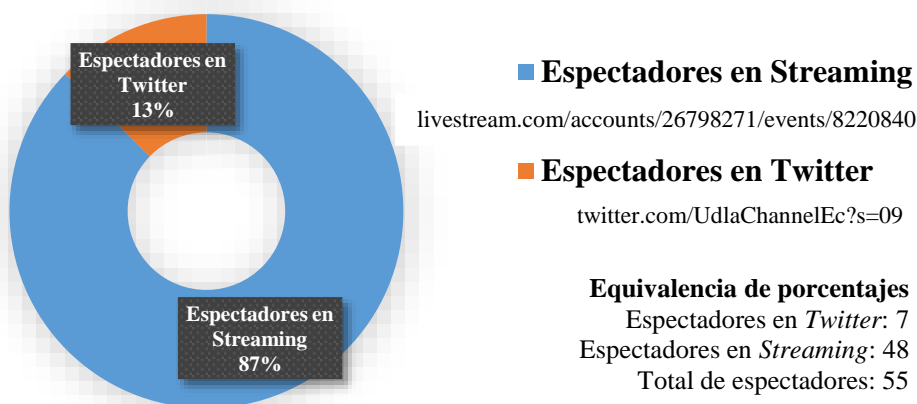


Figura. 22. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* y por *Twitter* el 27 de noviembre del 2019.

El día 28 de noviembre del 2019 la transmisión empezó a las 16:30 y culminó a las 17:49, es decir que tuvo una duración de 19 minutos, el más corto del estudio realizado. Sobre los reportajes en total hubo 14 con una duración promedio de 1 minuto con 40 segundos cada uno; no hay comentarios de parte de las presentadoras del noticiero sobre las noticias y tampoco hubo espacio para saludos a seguidores.

Sobre el número de espectadores hubo 40 en la transmisión vía *streaming*.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Noticiero Digital UDLA el 28 de noviembre del 2019

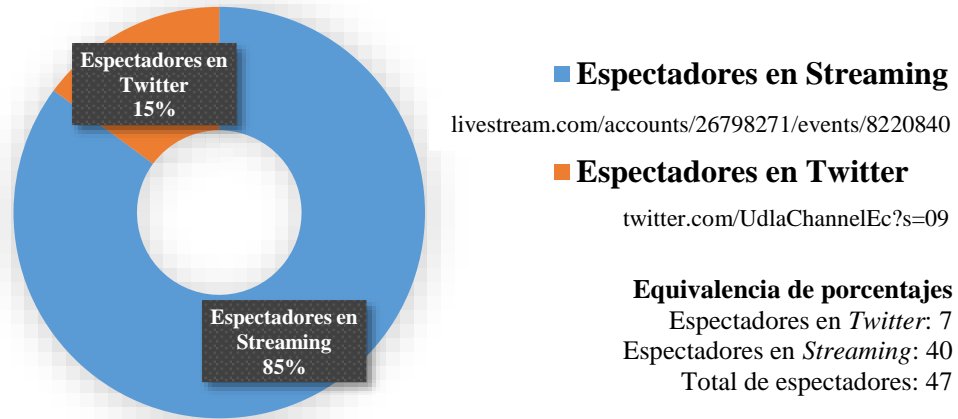


Figura. 23. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* y por *Twitter* el 28 de noviembre del 2019.

El día 29 de noviembre del 2019 la transmisión empezó a las 16:30 y culminó a las 17:49, es decir que tuvo una duración de 27 minutos. Sobre los reportajes en total hubo 15 con una duración promedio de 1 minuto con 40 segundos cada uno; no hay comentarios de parte de las presentadoras del noticiero sobre las noticias y tampoco hubo espacio para saludos a seguidores.

Sobre el número de espectadores hubo 31 en la transmisión vía *streaming*.

Usuarios que observaron la transmisión en vivo de Noticiero Digital UDLA el 29 de noviembre del 2019

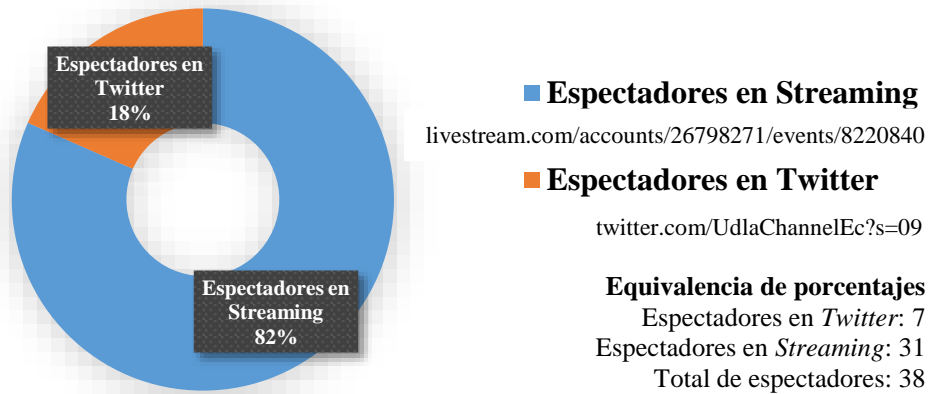


Figura. 24. Cuadro de usuarios que vieron la transmisión online vía *streaming* y por *Twitter* el 29 de noviembre del 2019.

El número de usuarios que en total vieron la transmisión durante la semana de estudio da cuentas del alcance y del número de audiencia que este posee.

Usuarios que observaron Noticiero Digital UDLA durante la semana de estudio

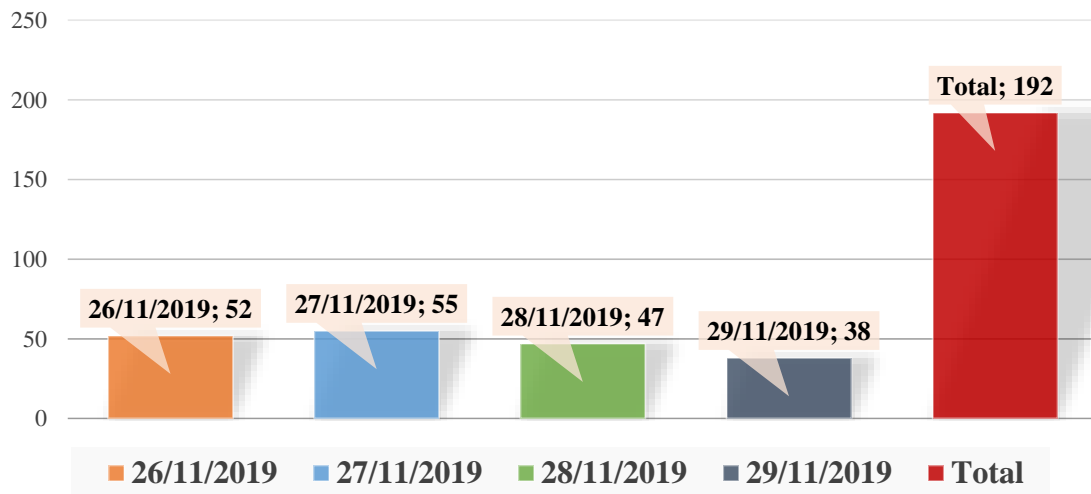


Figura. 25. Cuadro de usuarios que observaron la transmisión vía *Streaming* y por *Twitter* de Noticiero Digital UDLA durante la semana de estudio.

A pesar de que solo se pudo tomar registro de 4 de los 5 días hábiles de la semana, se pudo recopilar cifras que marcan diferencia. El Noticiero Digital UDLA pudo lograr en la semana de estudio un total de 192 usuarios que vieron la transmisión del programa de noticias, del cual el miércoles fue el de mayor audiencia.

4.2. Análisis de contenido

4.2.1. Última Hora Ecuador

El noticiero Última Hora Ecuador en formato presenta uno que parte del tradicional pero que no lo emula en su totalidad. Al iniciar la transmisión no lo hace presentando los titulares de las noticias más destacadas, sino que las van mencionando a medida que el programa avanza. Otra diferencia es que gran parte de los reportajes son leídos, es decir, narrados con voz en off por los propios periodistas en vivo y lo complementan con comentarios sobre aquella noticia. Cada uno de estos aspectos se irán ampliando a continuación.

En el tema de los segmentos el noticiero no se aleja demasiado del formato de la televisión tradicional. En el caso de Última Hora Ecuador, este tiene 5 segmentos los cuales se detallan a continuación:

- Noticias nacionales
- Videos Virales
- Noticias internacionales
- Deportes
- Entretenimiento

Estos son los principales, pero no definitivos porque podrían variar de acuerdo a determinada situación. La muestra está en que durante la semana de estudio hubo un espacio de entrevistas específicamente los días 26, 28 y 29 de noviembre y que duraron 10 minutos en promedio cada entrevista. El segmento de Noticias Nacionales trata las noticias del Ecuador; típico en el formato tradicional. El segmento de videos virales muestra los videos que más circulan en las redes sociales y que han generado impacto en la audiencia. El segmento de Noticias Internacionales expone los acontecimientos más destacados del mundo y la fuente principal de la cual obtienen la información es por medio

de la agencia de noticias EFE con la cual tienen un convenio. El segmento Deportes abarca el ámbito nacional e internacional así que no se diferencia del formato tradicional. El último segmento, Entretenimiento, cuenta las noticias de la farándula, especialmente la internacional.

Se pudo observar que el único segmento que se aleja del formato tradicional es el de Videos Virales por su naturaleza de usar el contenido que circula en las redes sociales y que es proporcionado por usuarios.

La cifra de reportajes emitidos también orienta sobre el camino y el estilo del noticiero. En este tema se identifican dos aspectos: la cantidad de reportajes emitidos en la semana y la clase de estos. Este aspecto se lo tocó brevemente en el apartado 4.2.

A continuación, se muestra un gráfico en el que se detalla el porcentaje de reportajes en la semana de estudio.

Porcentaje de reportajes emitidos por Última Hora Ecuador por su tipo

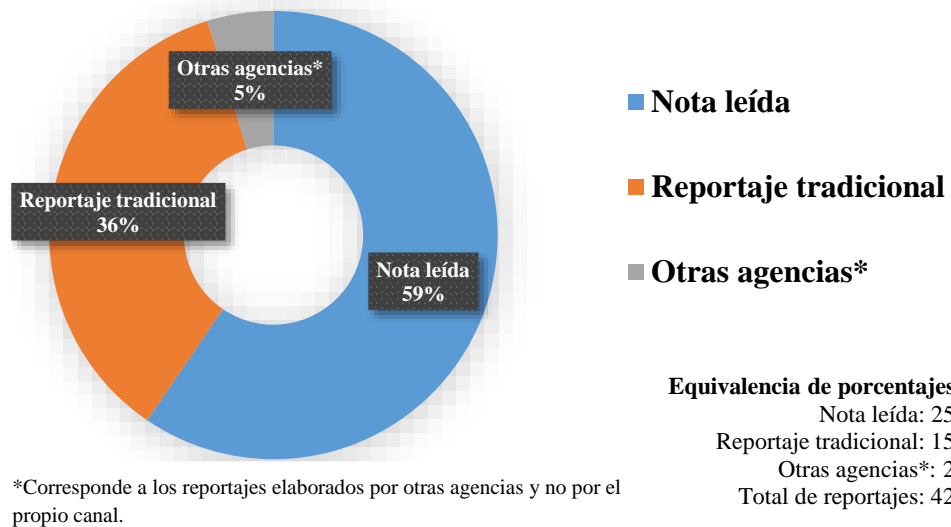


Figura. 26. Cuadro de Reportajes por su tipo emitidos por Última Hora Ecuador durante la semana de análisis.

Existe un dominio de parte de las notas leídas en el noticiero Última Hora Ecuador. El 59% de estos que fueron emitidos son de este estilo mientras que los reportajes tradicionales apenas ocupan el 36%. El noticiero no se aleja del formato ya conocido en la televisión normal. A pesar de que el número de espectadores no es abrumador, se puede ver el respaldo de los seguidores en su red social más influyente, *Instagram* que, en la última revisión que se realizó el 26 de enero del 2020 alcanzó los 502.000 seguidores y que posee una cantidad de reacciones y comentarios muy elevada (Ver Anexos L).

Porcentaje de reportajes diarios emitidos por Última Hora Ecuador

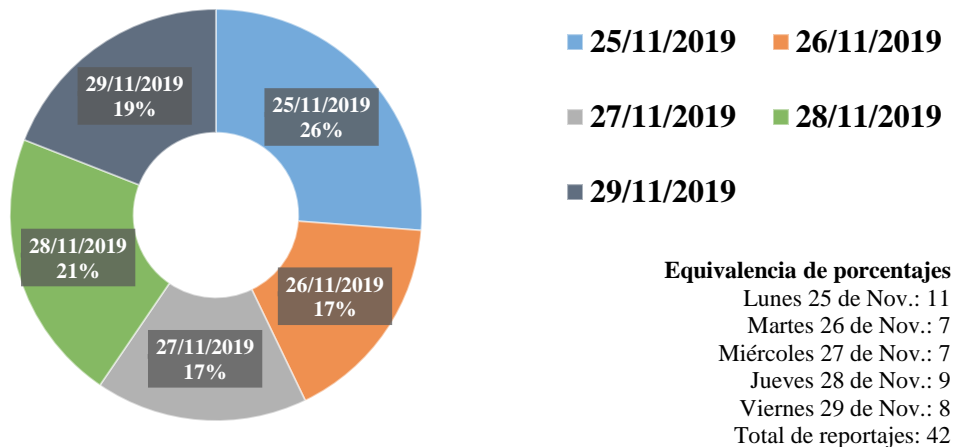


Figura. 27. Cuadro de Reportajes emitidos por Última Hora Ecuador durante la semana de análisis.

En la figura 28 se puede observar que el día en el que más reportajes se produjo fue el lunes 25 de noviembre y esto representa el 26% del total de reportajes producidos en esa semana. Llama la atención que en un noticiero con una duración promedio de 45 minutos se tenga una producción tan reducida de reportajes. Gracias al análisis se tiene esa respuesta. Una buena parte de este tiempo se va en los comentarios que realizan los presentadores sobre los reportajes que muestran. En promedio, estos comentarios duran de 1 a 2 minutos por reportaje y, en algunos casos, las entrevistas que duran 10 minutos aproximadamente. A pesar de eso la producción de noticias sigue siendo baja en

comparación a los noticieros tradicionales. Es importante recordad que, según el Lcdo. Jefferson Merchán, en el noticiero Última Hora Ecuador cuenta con un equipo de trabajo conformado con apenas 7 personas lo que puede justificar que no puedan generar contenidos a mayor escala en comparación a los noticieros de televisión tradicionales.

Este noticiero digital apuesta más a la información y la credibilidad que tiene a través de su cuenta en la red social *Instagram*. Todos los días y casi a toda hora está generando contenido para mantener informados sus seguidores. De allí que esta sea su red social más poderosa pues han ganado reputación y prestigio frente a otros medios de comunicación y en las audiencias en los 4 años de actividad periodística.

La tendencia que se puede identificar es que este noticiero apuesta más por un estilo en el que recepta la información de lo más destacado y la presentan con datos comprobados, según las propias palabras del Lcdo. Jefferson Merchán, presentador de Última Hora Ecuador. También comentó que fomentan la participación de la audiencia por medio de las redes sociales para que sean coparticipes del noticiero al contribuir con información, la cual, el grupo de Última Hora Ecuador, se encarga de filtrarlo.

...iniciamos en *Instagram* como una cuenta normal y nos fue bien en el tema de recepción de noticias entonces era como un nicho que recién estaba naciendo entonces nos dimos cuenta que había que explorarlo porque había en *Twitter* en *Facebook* páginas de noticias; los canales tradicionales habían hecho la conversión pero ya en lo que es el tema de *Instagram* pocos veíamos que lo explotaban ene se sentido entonces digamos *Instagram* en el país iba creciendo había que trasladar las noticias a *Instagram* (J. Merchán, comunicación personal, 17 de enero de 2020).

Otro aspecto a destacar es que luego de cada reportaje los presentadores exponen su opinión respecto a la noticia que acaban de presentar.

En si el noticiero muestra un estilo que no se aleja del tradicional y no existe mucha diferencia como Televistazo de Ecuavisa o 24 Horas de Teleamazonas. Dicho esto, puede también influir en los hábitos de consumo de noticias de las nuevas generaciones de adultos que, gracias al grupo focal, se ha podido conocer.

4.2.2. Noticiero Digital UDLA

El Noticiero Digital UDLA mantiene el estilo tradicional de la televisión, estilo que tiene más de 50 años en la pantalla chica. Al iniciar la transmisión inician con los titulares en los que detallan las noticias más importantes de cada uno de los 4 segmentos de los que se componen. Los reportajes, en general, mantienen el estilo tradicional (Ya especificado en el apartado anterior) aunque si combinan con los narrados por los presentadores y los no propios. A continuación, se explica a detalle estos aspectos analizados.

En el tema de los segmentos el noticiero mantiene el formato de los noticieros de televisión tradicional. El Noticiero Digital UDLA posee 4 segmentos de información que se detallan a continuación:

- Noticias Nacionales
- Medio Tiempo (Deportes)
- Noticias internacionales
- Variedades

Estos son los segmentos principales y fijos que ya han sido preestablecidos. El segmento de Noticias Nacionales trata las noticias del Ecuador, en especial las que se desarrollan en Quito y sus alrededores; la cobertura principal es en la ciudad de Quito. El segmento Medio Tiempo corresponde al de deportes y abarca las noticias nacionales e internacionales así que no se diferencia del formato tradicional. El segmento de Noticias Internacionales expone los acontecimientos más destacados del mundo y la fuente principal de la cual obtienen la información es por medio de la agencia de noticias CNN, con el cual tienen convenio, y recientemente firmaron un acuerdo con la agencia de noticias EFE. El último segmento, Variedades, cuenta las noticias de la farándula, cultura, música, cine, entre otros temas de esta índole tanto nacionales como internacionales.

En esencia no se aleja del formato que usan en la televisión tradicional, es decir, se trata de la migración de plataforma simplemente. El Director General de UDLA Channel, Jijón (2019), en entrevista comentó que:

Nosotros lo que hacemos es un canal educativo una herramienta para enseñar a los estudiantes como transmitir en vivo, ese es nuestro objetivo, ser una herramienta de aprendizaje, UDLA CHANNEL no es un medio de comunicación es una herramienta de aprendizaje (C. Jijón, comunicación personal, 13 de noviembre de 2019).

En este fragmento de entrevista el Director General de UDLA Channel confirma que el canal, lo que incluye su noticiero, sirven para que sus estudiantes aprendan sobre el mundo de la televisión, pero en el formato tradicional que se maneja en los canales de televisión del Ecuador. Sobre esto no hay mucho que exponer, simplemente es la migración del formato de la televisión de siempre a Internet.

La cifra de reportajes emitidos por el Noticiero Digital UDLA fueron altas a pesar de la corta duración del programa. En este tema se identifican dos aspectos: la cantidad de reportajes emitidos en la semana y la clase de estos. Este aspecto se lo tocó brevemente en el apartado 4.2 y aquí se profundiza. A continuación, se muestra un gráfico en el que se detalla el porcentaje de reportajes en la semana de estudio por su tipo, es decir, que fueron hechos en formato, reportajes narrados por los presentadores y los reportajes que no fueron elaborados por el propio noticiero.

Porcentaje de reportajes emitidos por Noticiero Digital UDLA por su tipo

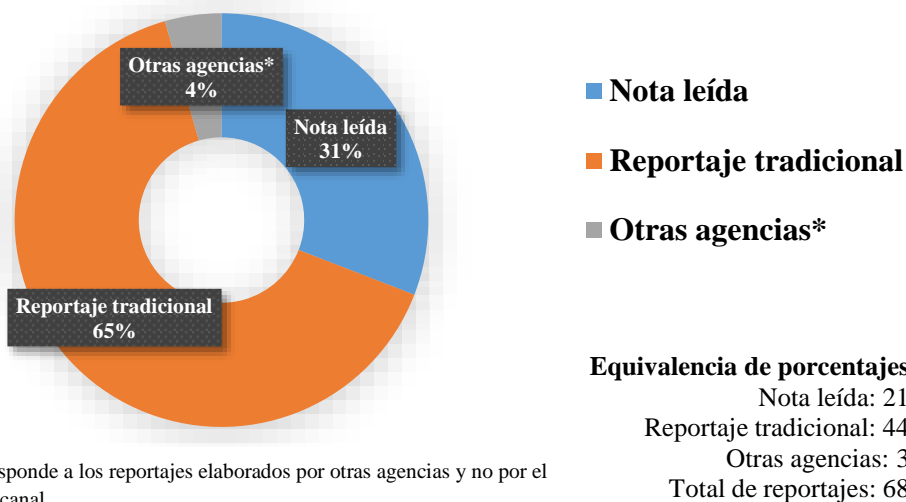


Figura. 28. Reportajes por su tipo emitidos por Noticiero Digital UDLA durante la semana de análisis.

El dominio de los reportajes en formato tradicional es abismal. El 65% de estos fueron hechos en este formato y el 31% fue narrado por las presentadoras, que, dicho sea de paso, son estudiantes de la Universidad de las Américas Jijón (2019) expresó que “la Misión de UDLA CHANNEL es que los estudiantes tengan practica en su propia Universidad y es por eso que hace cada segmento como un modelo educativo, no dependemos de Publicidad, no dependemos de un agente externo, la universidad” (C. Jijón, comunicación personal, 13 de noviembre de 2019).

Con esa afirmación se pudo constatar que el Noticiero Digital UDLA es un escenario de entrenamiento para los estudiantes de Comunicación y carreras similares por lo que el formato de noticiero no cambia en comparación con los de la televisión tradicional, es decir, el ejemplo más puro de mismo formato, pero diferente plataforma.

Regresando al tema del número de reportajes emitidos, en el siguiente grafico se muestra en cifras cuantos fueron emitidos en la semana de estudio. No se incluye el día lunes 25 de noviembre del 2019 porque no hubo transmisión.

Porcentaje de reportajes diarios emitidos por Noticiero Digital UDLA

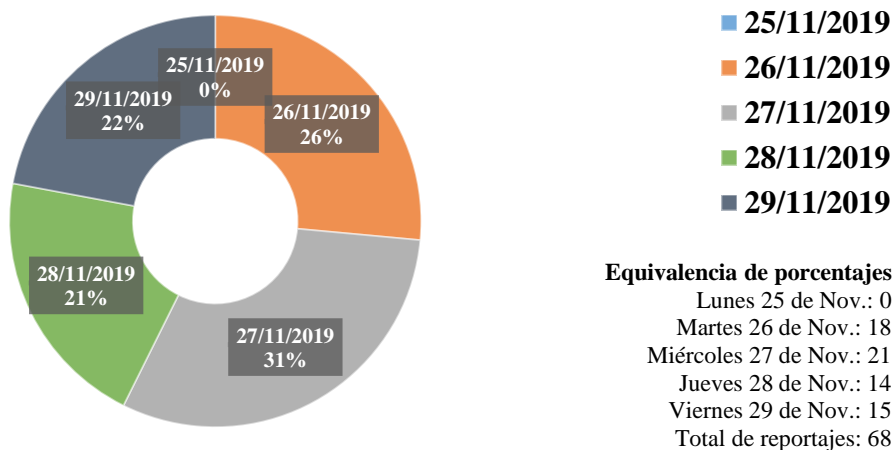


Figura. 29. Cuadro de Reportajes diarios emitidos por Noticiero Digital UDLA durante la semana de análisis.

En la figura 30 se observa que el día en el que más reportajes fueron transmitidos fue el miércoles 27 de noviembre con el 34% del total de reportajes de la semana. Es destacable que con la duración de 30 minutos por noticiero puedan lograr alcanzar cifras tan altas. La respuesta la dio el Director General, Carlos Jijón. Jijón (2019) comentó que “UDLA CHANNEL, trabaja solo con estudiantes, todos son estudiantes de Sexto y de Séptimo semestre, entonces existen alrededor de 40 chicos que trabajan en UDLA CHANNEL de manera regular...” (C. Jijón, comunicación personal, 13 de noviembre de 2019).

El número de participantes en el Noticiero Digital influye bastante en la generación de contenidos y se ve reflejado en las cifras. Otro factor que influye es que no hay comentarios de parte de las presentadoras luego de una noticia; se limitan a informar sobre el hecho sin más. Aquí los estudiantes, que fungen el cargo de periodistas dentro de UDLA Channel, van en busca de la información dentro de la ciudad de Quito (Importante recordar que su cobertura abarca esta ciudad), y sus alrededores. No se fomenta la interacción con el espectador ni se lo vuelve copartícipe del noticiero de ninguna forma, relegándolo a ser un receptor de información. En la red social más potente que posee, *Twitter*, tampoco

motiva al espectador a que participe, a pesar de la cantidad de seguidores que posee y supera los 12.100 seguidores (Ver Anexos M).

En general el noticiero del canal de la Universidad de las Américas mantiene un esquema copiado del tradicional, lo único novedoso es que se transmite vía *streaming* por el portal web livestream.com. Ramón Murillo, Productor General de UDLA Channel dio su punto de vista respecto al canal. Murillo (2019) comentó que:

La verdad es que estamos cambiando mucho nosotros hemos hecho un noticiero más corto que si bien tiene los segmentos de los noticieros tradicionales se los ve de manera por ejemplo nosotros tenemos reportajes donde *bloguean*, que se yo la diferencia en realidad no está tanto en el formato si no en el modo de consumo nuestro noticiero lo consumen seguramente desde los celulares, desde sus laptops entonces lo consumen en el taxi en el autobús donde estén y a cualquier hora (R. Murillo, comunicación personal, 13 de noviembre de 2019).

El canal digital fue creado el 19 de junio del 2018, es decir, está próximo a cumplir 2 años. La afirmación del Productor General de UDLA Channel no puede estar lejos de la realidad, pero de todas formas no se debe olvidar que los hábitos de consumo también van evolucionando. El experto Pablo Mancini expone una afirmación que corrobora la actualidad sobre el consumo de la información. Mancini (2011) dice “los diarios, incluso los más conservadores, aún aquellos que adoptan las peores estrategias, ya no son diarios, son permanentes, o intermitentes, continuos” (P. 30). Las tendencias de consumo cambian y la inmediatez se vuelve crucial para el éxito de un medio de comunicación en la actualidad.

4.3. Grupo focal

Se procedió a reclutar a los participantes para ello se realizaron 3 grupos focales constituido por 5 estudiantes de diferentes Universidades de la ciudad de Guayaquil. Las seleccionadas fueron la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad de las Artes y la Universidad Ecotec.

La localidad de cada grupo focal fue dentro de un área tipo living o en un aula para evitar el ruido ambiente. Se comenzó a establecer tendencias cuantificables entre el total de 15 estudiantes es decir 3 grupos de 5 participantes. Para la correcta utilización de las respuestas de los colaboradores se tomó en cuenta 3 características de tendencia de consumo que reflejaban los grupos focales. La primera fue personas que consumen o no noticias por televisión, la segunda fue personas que consumen o no noticias por vía *streaming* y por último personas que consumen noticias por medios ajenos (redes sociales).

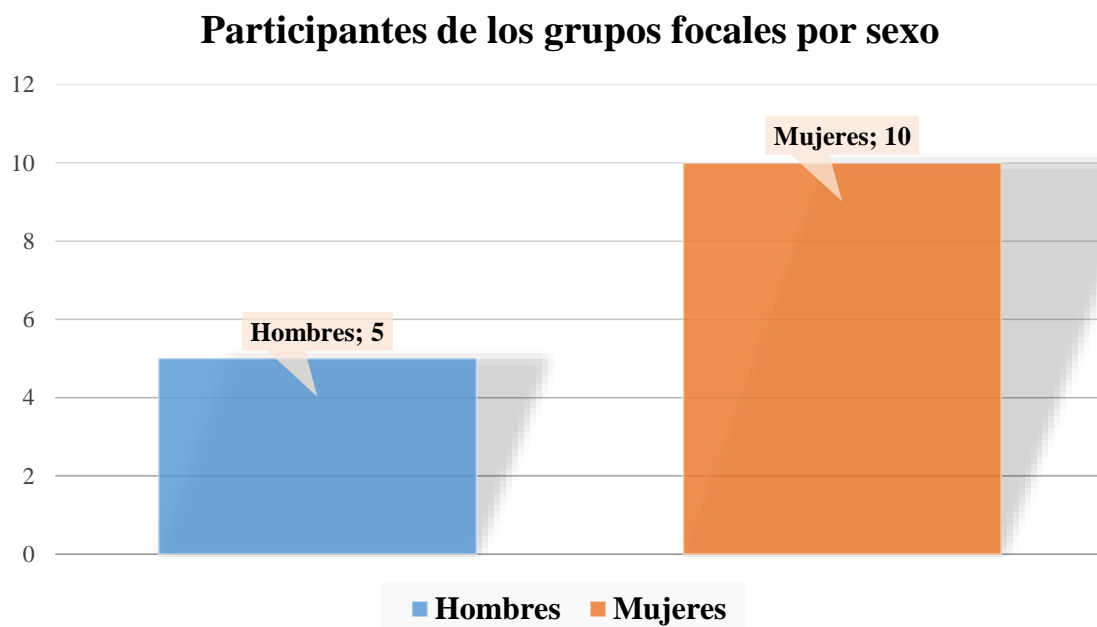


Figura. 30. Tabla de participantes de grupos focales clasificados por sexo.

El género de los participantes de las tres universidades fue 5 de hombre y 10 de mujeres. De manera más específica 5 mujeres de la Universidad Católica, 3 mujeres de la Universidad de las Artes con dos hombres, 2 mujeres de la Universidad Ecotec con 3 hombres. El número mayoritario fue el de mujeres.

Edades de los participantes de los grupos focales

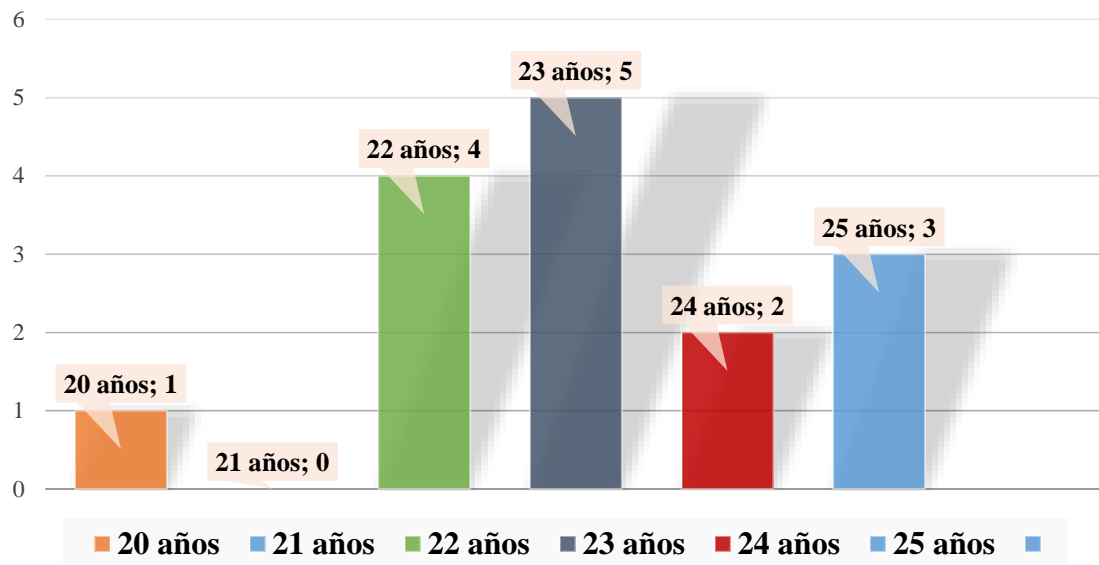


Figura. 31. Tabla de participantes que formaron parte de los grupos focales clasificados por sexo.

Las edades de los participantes fueron variables. Contando de menor a mayor, de los 15 colaboradores solo 1 participante tienen 20 años, 4 tienen 22 años, 5 tienen 23, 2 tienen 24 y 3 tienen 25.

Personas de los grupos focales que consumen noticias por televisión tradicional

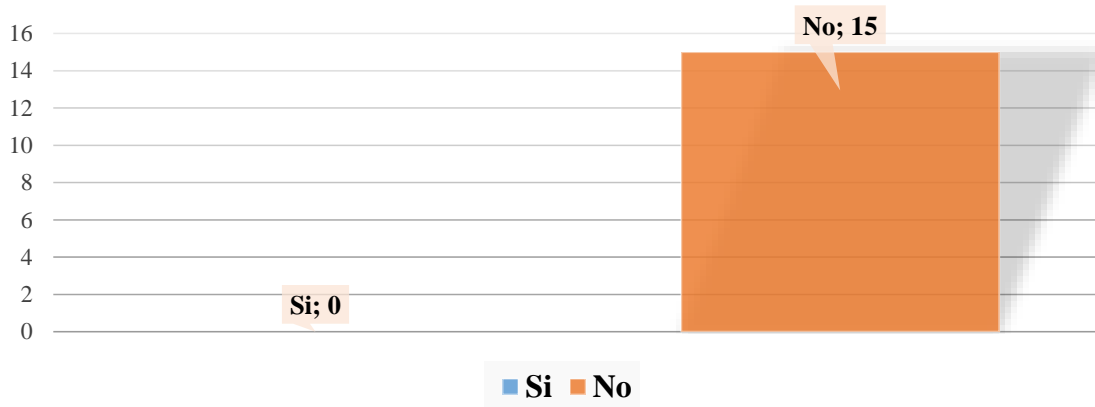


Figura. 32. Tabla de participantes de grupos focales que se informan por noticieros tradicionales.

En el grupo focal la tendencia fue unánime. Ninguno de los participantes consumía noticias por medio de los noticieros tradicionales. Esto contribuye a la hipótesis que se plantea en el presente trabajo; los noticieros pierden preponderancia como formato de noticias por excelencia.

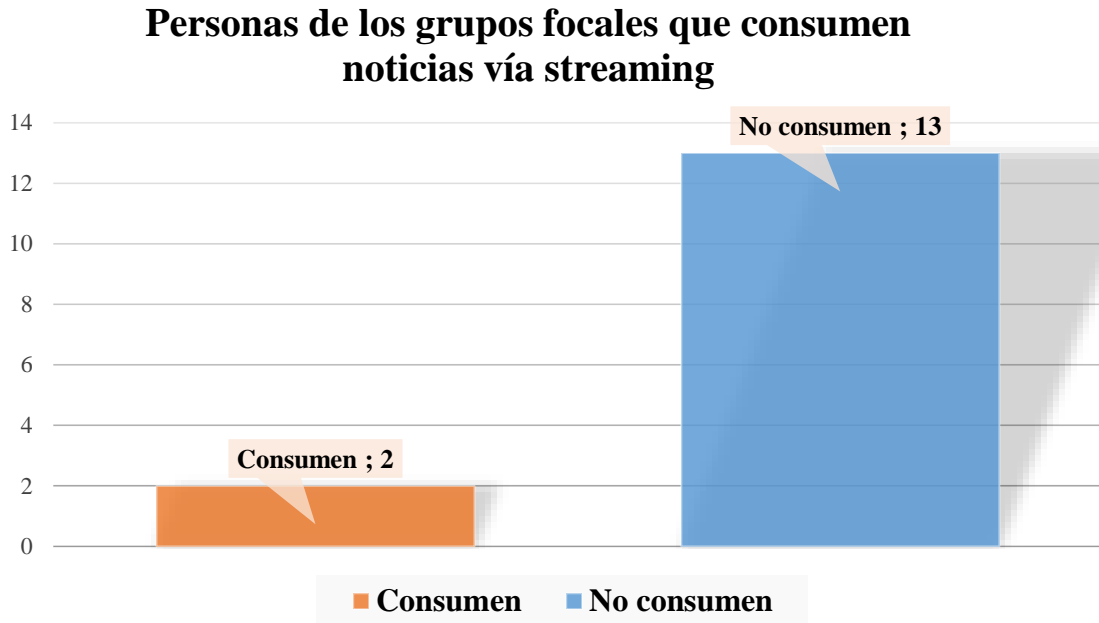


Figura. 33. Tabla de participantes de los grupos focales que se informan por noticieros *streaming*.

Las cifras son muy interesantes porque de los 15 que conformaron los tres grupos focales, apenas 2 consumen noticieros vía *streaming*. Los 13 restantes no consumen noticieros por este método.

Personas de los grupos focales que consumen noticias por redes sociales

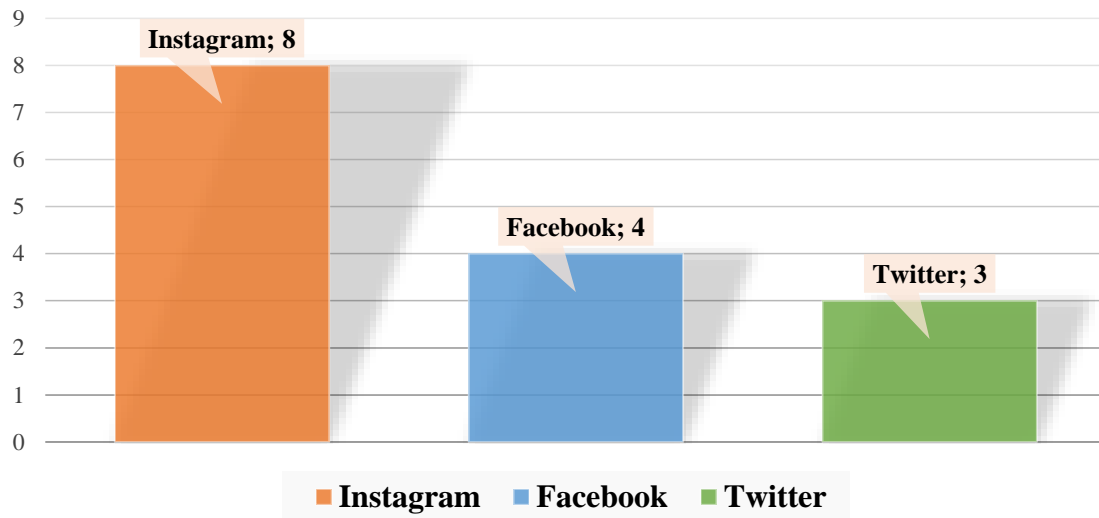


Figura. 34. Tabla de participantes de los grupos focales que se informan por medio de redes sociales.

En los grupos focales todos los participantes se mantenían informados por medio de las redes sociales. De estos la mayor parte lo hace por medio de *Instagram*. Esto puede denotar que esta red social está convirtiéndose en una plataforma no solo de fotografías sino también en una herramienta con la cual las audiencias se pueden mantener informadas.

Los resultados cualitativos de los grupos focales apoyan la hipótesis de que las personas no consumen noticieros tradicionales o *streaming* nacionales pues, por su larga duración hacen que el consumo sea imperceptible, pero esto no ocurre cuando el interés y la duración de los reportajes son entre 1 minuto con 30 segundos o un máximo de 4 minutos.

Por ello se tomó en cuenta varias opiniones acerca del porque consumen un tipo de noticieros, porque creen que los noticieros internacionales han cambiado a un formato más actual y que creen que les falta a los noticieros nacionales para que el público los consuma.

La mayoría de los integrantes de los grupos focales coincidieron en cuatro razones por las que consumen noticieros en redes; por practicidad, portabilidad, facilidad y rapidez.

“Es mucho más práctico porque un noticiero *streaming* tú lo puedes ver desde tu celular y en cualquier parte solo teniendo Internet creo que es mucho más práctico para personas que estamos trabajando o en la universidad y siempre en movimiento aparte también la noticias son concretas nos dicen lo que tenemos que saber”. (Daniela Jiménez, estudiante de la UCSG)

“...el Internet es una herramienta súper importante para tener otra visión de las cosas lo que está pasando.... informan con mayor veracidad que los comunes que vemos en la tele”. (Javier Cayo, estudiante de la Universidad de las Artes)

“...estamos en un mundo globalizado el Internet ayudan que las noticias se transmitan con mayor facilidad y rapidez para la gente”. (Mario Barzola, estudiante de la Universidad Ecotec)

4.4. Análisis global

Los noticieros Última Hora Ecuador perteneciente al canal online Vito TVO y Noticiero Digital UDLA del canal UDLA Channel mantienen semejanzas entre ambos que comparten con el formato tradicional de los noticieros de la televisión. Los datos recopilados en las tablas de análisis general muestran que, en cuestión de números, existe una diferencia que se ve marcada por la forma en la que cada uno maneja la forma de hacer periodismo. Las figuras 32 y 33 muestran esas cifras.

Ficha de análisis general	
Nombre del noticiero	Última Hora Ecuador
Canal al que pertenece	Vito TVO
Horario	17:15 a 18:00
Segmentos	5
Bloques	2
Duración de cada segmento	9 min
Duración de cada bloque	22 min
Duración promedio	45 min
Promedio de espectadores	112.6

Figura. 35. Ficha de análisis general de Última Hora Ecuador.

Ficha de análisis general	
Nombre del noticiero	Noticiero Digital UDLA
Canal al que pertenece	UDLA Channel
Horario	16:30 a 17:00
Segmentos	4
Bloques	1
Duración de cada segmento	7 min
Duración de cada bloque	30 min
Duración promedio	30 min
Promedio de espectadores	48

Figura. 36. Ficha de análisis general de Noticiero Digital UDLA.

Las cifras mostradas son un promedio del total. Básicamente son netamente proporcionales de acuerdo a la duración del noticiero; en eso no existe una diferencia marcada, salvo en el caso de espectadores en vivo durante la transmisión vía *streaming*.

En como manejan el escenario de los presentadores se puede notar que el común denominador es que siempre son dos periodistas que dirigen el noticiero. Otros aspectos detectados del estilo del noticiero son los colores usados, si los presentadores están de pie o sentados o el vestuario. Última Hora Ecuador usa los colores rojo y negro para su logo y el set de grabación, sus presentadores están sentados en todo momento y el vestuario es

siempre formal. El Noticiero Digital UDLA no maneja esos estándares. En colores que identifican al noticiero utilizan el color azul combinado con algo de rojo para su logo y en el set de grabación es el azul netamente, sus presentadores están de pie durante todo el programa y la vestimenta es casual, es decir, aquella con la que el estudiante asista a la transmisión del noticiero. Estos detalles diferencian a un noticiero del otro. Mientras el de Vito TVO marca profesionalismo y seriedad en lo que a imagen se refiere, UDLA Channel muestra un estilo más relajado, pero sin dejar de lado el profesionalismo, a pesar de que los que presentan, elaboran los reportajes y realizan la labor periodística son estudiantes. Todos esos detalles se los puede identificar en los Anexos N y O.

Respecto al tipo de reportaje que predomina en cada noticiero existe un dominio de un tipo y otro en cada noticiero. En Última Hora Ecuador predominaron las notas leídas con un 64%, un porcentaje muy alto de reportajes de este tipo para un noticiero que dura, en promedio, 45 minutos mientras que los reportajes tradicionales llegan al 31%. Esto indica que la producción de contenido en este noticiero es limitada. Por otro lado, está el Noticiero Digital UDLA que tuvo un 65% de reportajes en formato tradicional y un 31% de notas leídas; el contraste se puede identificar fácilmente, mientras uno prefiere elaborar productos de la forma tradicional como en los noticieros de la televisión de toda la vida, el otro opta por aplicar un estilo que lleva menos trabajo pero que no le resta importancia a la noticia.

Sobre cobertura y difusión no hay mucho que mencionar. Última Hora Ecuador abarca las noticias a nivel nacional, pero tiene preferencia en la ciudad de Guayaquil y además no tiene inconvenientes en movilización, mientras que Noticiero Digital UDLA cubre la ciudad de Quito principalmente, aunque igual se informa de acontecimientos que han ocurrido en otras provincias; al ser estudiantes se ven limitados a cubrir noticias fuera de la ciudad.

Los objetivos planteados en el presente trabajo, tanto el objetivo general como los objetivos específicos, se han cumplido a satisfacción. Se pudo conocer las cifras de usuarios que observan las transmisiones vía *streaming* de los noticieros Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA durante la semana de análisis. En promedio, el noticiero de Vito TVO tiene 113 (cifra aproximada) espectadores durante su transmisión

regular mientras que el de UDLA Channel posee 48. En cifras absolutas Última Hora Ecuador supera a Noticiero Digital UDLA; recordemos que también se está tomando en cuenta la cifra más alta de espectadores de un día de la semana de estudio de la red social predominante de cada noticiero, *Instagram* y *Twitter* respectivamente.

Los datos cualitativos y cuantitativos que se han obtenido en esta investigación responden a las interrogantes sobre los noticieros digitales en Ecuador. Una nueva plataforma de emisión, como lo es la vía *streaming*, así como las nuevas tecnologías al servicio de la información y comunicación demandan nuevos formatos de hacer periodismo y que sea atrayente para las nuevas generaciones de adultos. UDLA Channel mantiene el mismo formato de la tv tradicional, es decir, nada nuevo. Última Hora Ecuador tampoco presenta algo novedoso en su transmisión. Caso contrario es el de *Filo News* que muestra un concepto diferente para hacer un noticiero. Su estilo divertido y atrayente, así como de corta duración y mejor trabajado en producción, es la muestra de una idea diferente a lo que a noticieros se refiere y se refleja en el número de espectadores en vivo. La figura 36 muestra el número la cantidad de espectadores y las diferentes reacciones en la transmisión en vivo que dura 10 minutos en su cuenta de *Instagram* (Ver Anexos P).

El estilo que maneja es completamente diferente al que se usa en la televisión tradicional. No es el caso de los noticieros ecuatorianos que se han analizado en este estudio por lo que no se puede hablar de un nuevo estilo de noticiero compatible con la audiencia que consume Internet.

Un ejemplo adicional, que precisamente lo proporciona el noticiero digital Última Hora Ecuador, es la forma en la que aprovecha la función de *Instagram* llamada *Instagram TV*. “La duración del vídeo oscila entre los 15 segundos y los 10 minutos. La función de subir vídeos de una hora solo está disponible para cuentas potentes y cuentas verificadas, por el momento” (Antevenio, 2018). La cuenta de *Instagram* de Última Hora Ecuador por ahora no es una cuenta verificada por lo que se le permite subir videos a *Instagram TV* con un máximo de 10 minutos. Aclarado este punto, el noticiero de Vito TVO usa esta herramienta para subir los reportajes más relevantes que se transmiten por su noticiero. La duración de cada reportaje subido puede durar entre 1 a 10 minutos.

El número de visualizaciones que tienen los reportajes subidos en *Instagram TV* no tienen ninguna comparación con el número de usuarios que observan la transmisión en vivo del noticiero. Por ejemplo, el reportaje del día jueves 6 de febrero de 2020 titulado “Estudiantes ecuatorianos deben cumplir cuarentena para poder salir de China” tiene más de 18.700 visualizaciones y 23 comentarios (Ver Anexos Q). Eso es tan solo una muestra de lo que se desea demostrar; las nuevas audiencias desean consumir cápsulas informativas que no le demanden mucho tiempo y que puedan ver en cualquier momento y no a una hora establecida por un canal de televisión.

4.5. Comprobación de la hipótesis

La hipótesis que se planteó al empezar este trabajo establece que el noticiero como formato informativo tradicional audiovisual va perdiendo preponderancia frente al resto de formatos informativos y atracción en relación a las nuevas audiencias en el siglo XXI.

Luego de realizar el análisis correspondiente de los dos noticieros online, Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA, durante la semana de transmisión regular del 25 al 29 de noviembre del 2019 se puede decir con certeza que los noticieros de los medios objeto de estudio (Vito TVO y UDLA Channel) no han presentado en Internet nada nuevo en formato de noticias; mantienen el mismo que se usa en la televisión tradicional desde hace ya más de 50 años.

Respecto a la hipótesis se puede decir que, en esencia, se comprueba pero no en su totalidad y eso debido a que se requiere un estudio mucho más profundo para una demostración completamente fidedigna, pero esto no resta importancia ni relevancia al presente trabajo en el que se pudo comprobar mediante el análisis de las transmisiones de estos dos noticieros en la plataforma *streaming* y en sus redes sociales más poderosas, *Instagram* y *Twitter*, que el noticiero tradicional va perdiendo supremacía como formato informativo universal, en especial en la población adulta más joven que es la que consume información por medio de las redes e Internet.

Las cifras vistas anteriormente en el apartado 4.1 son una muestra parcial de lo que, posiblemente, esté sucediendo en la sociedad en la actualidad a lo que a consumo de noticias e información se refiere. Mancini (2011) dice “lo más valioso que tiene la

audiencia para ofrecer a un periodista o a una organización de medios es su tiempo. Su tiempo para consumir medios es, desde siempre, limitado” (p. 21). En una sociedad que se mantiene activa en todo momento, en especial aquellas nuevas generaciones que ya nacen consumiendo internet y que se acostumbraron a la inmediatez, dedicar una hora de su vida para observar la transmisión de un noticiero les podría parecer una pérdida de su valioso tiempo cuando ya, gracias a las nuevas tecnologías de dispositivos portables, se pueden mantener informados minuto a minuto de lo que ocurre en su país o en el mundo con tan solo mantenerse conectados a la red y revisando sus redes sociales que, por cierto, ofrecen microcontenidos que mantienen al usuario al día de lo que ocurre.

El noticiero fue durante más de medio siglo el medio por el cual los habitantes del mundo se mantenían informados de lo que ocurría en todo el planeta, pero fue en una época en la que no existía otra forma de saber lo que pasaba. Los medios tradicionales establecieron un horario fijo de emisión de noticias que, hasta la actualidad, se mantiene. Eso creó hábitos en las generaciones del siglo XX que acostumbran a ver los noticieros por televisión en las mañanas antes de salir al trabajo, a dejar a sus hijos a la escuela o simplemente para salir a realizar las compras en el mercado, al medio día a la hora del almuerzo y en la noche al llegar a casa. Mancini (2011) dice:

El prime time de la televisión es por la noche porque es el momento en que hay más personas mirando algo de la programación. La audiencia ya regresó a su casa después de una jornada habitual y está dispuesta a invertir su tiempo (p. 22).

La afirmación de Mancini no es incorrecta, pero aplica más para la sociedad del siglo XX y de inicios del siglo XXI. Esa realidad está cambiando pues la llamada Revolución Tecnológica va eliminando de a poco ese hábito de consumo de noticias y es, sencillamente, por el constante tráfico de información en el que navega el usuario en Internet, muy precisamente en las redes sociales que son las que más flujo de información poseen y de esta forma vuelve parcialmente obsoleto al noticiero tradicional por una razón muy obvia, el usuario ya se informó de esa noticia que el noticiero está informando.

Los noticieros Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA no innovan en nada al estar formando parte de una plataforma en la que el límite es la imaginación. Lo que

están haciendo estos dos noticieros puede estar contribuyendo a la caída del dominio del noticiero como formato informativo porque menos personas lo usan para informarse de los acontecimientos nacionales y mundiales. Mancini (2011) expone que:

Cualquier periodista que edite un sitio *online* sabe que las noticias de mayor extensión son las menos leídas y las menos comentadas. También las menos compartidas por email y en redes sociales. La extensión ya no es sinónimo de profundidad y valor (p. 33).

Esa afirmación de Mancini pudo ser comprobada por medio del grupo focal.

Se retoma el tema de los hábitos de consumo de noticias. Estos van cambiando y la audiencia más joven prefiere mantenerse informada por métodos y sistemas más “pildorizados” que no le demanden mucho tiempo y un noticiero tradicional no le ofrece eso por lo que optan por buscar la información en plataformas diferentes y estas las encuentra en Internet y las redes sociales.

Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA aprovechan las redes sociales, por supuesto que sí. La cuenta de *Instagram* de Última Hora Ecuador informa a la brevedad y casi a toda hora sobre los hechos de Ecuador y el mundo, Noticiero Digital UDLA hace lo mismo, pero a menor escala en *Twitter*; aplican el concepto de pildorización de la información en sus redes sociales y nada más. No han sabido proyectar ese concepto en sus noticieros que transmiten vía *streaming*.

Como ya se expuso antes, probablemente se esté viviendo el inicio del fin del noticiero como formato hegemónico informativo al no cumplir con las nuevas exigencias de las actuales audiencias que demandan inmediatez y compactación de la información.

CONCLUSIONES

El noticiero es un género periodístico que durante décadas ha sido el proveedor de noticias por excelencia a nivel mundial; esto se ha explicado y mostrado durante el desarrollo de este trabajo. La televisión como herramienta para poder alcanzar al público ha sido de las más poderosas por el nivel de influencia mediática que esta posee y que se ha podido analizar en su trayectoria histórica desde sus primeras apariciones. Los noticieros como sistema de difusión de noticias han mantenido el mismo formato que se estableció desde la década de los años 50. Desde aquellos años hasta la actualidad el formato de noticieros se mantuvo porque el sistema que se usaba, y que se usa hasta la actualidad, la televisión, contaba con las características idóneas para ello, a lo que se le suma el hecho de que los hábitos de consumo de información de las audiencias dependían plenamente de los sistemas tradicionales de información, es decir, los noticieros establecían una hora específica de emisión de su programa y el usuario debía regirse a ese horario; dominio que poco a poco ha perdido la televisión en general.

En esta investigación se realizó el estudio de dos noticieros en específico que son Última Hora Ecuador perteneciente a Vito TVO y Noticiero Digital UDLA que pertenece a UDLA Channel. El objetivo del estudio de estos dos noticieros digitales era el de conocer el alcance de sus transmisiones y los formatos periodísticos que usan. La diferencia de ellos es que no se transmiten por el sistema de televisión tradicional, sino que usan uno más avanzado y mayormente accesible, es decir el sistema de transmisión *streaming* por Internet, herramienta que, es relevante recordar, transformó radicalmente las formas de consumo y transmisión de información en la humanidad.

Gracias a esta observación se pudo conocer las cifras de audiencia de los noticieros Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA durante la semana regular de noticias que corresponde a los días 25 al 29 de noviembre del 2019. La audiencia semanal de estos dos noticieros abre el cuestionamiento de si es conveniente y adecuado que un programa de noticias mantenga el estilo y formato de la televisión tradicional en una plataforma que, en primer lugar tiene otras formas más efectivas, compactas y llamativas para informar; en segundo lugar que la mayor parte de los usuarios de Internet son adultos jóvenes y adolescentes que prácticamente nacieron en la llamada Era Digital; y en tercer lugar

establecer un formato cuadrado, por calificarlo de una forma sencilla, en una plataforma en la que no existen límites en la creatividad, que es muy explotada por quienes ya tienen experiencia en la generación de contenidos para Internet y todas sus corrientes a nivel mundial.

Los números no mienten y en este caso contribuyen a sostener lo que se afirma sobre la pérdida de preponderancia de los noticieros como formato tradicional. La cantidad de usuarios que consumen noticieros tradicionales vía *streaming* en ambos canales digitales son relativamente bajos. Última Hora Ecuador en su semana de análisis acumuló un total de 478 usuarios conectados en la transmisión tanto *streaming* como la de *Instagram*, de los cuales, el día con mayor audiencia fue el 26 de noviembre con 148 usuarios. Noticiero Digital UDLA tuvo 192 en la transmisión *streaming* y la de *Twitter*, aunque no realizó emisión de noticiero el día lunes 25 de noviembre del 2019, cifra que no hubiese variado mucho en el total; el día con mayor audiencia fue el 27 de noviembre con 55 usuarios. Las cifras muestran que las audiencias no están muy interesadas en observar un noticiero tradicional por Internet porque ya existe en televisión abierta y de paga; además del hecho de que ya cada vez menos son las personas que dedican, en promedio, 1 hora para observar el noticiero.

La segunda demostración está en los datos obtenidos con los grupos focales. La edad comprendida de los miembros de los tres grupos oscila entre los 20 y 25 años de edad por lo que representan a los nuevos consumidores de noticias en esta época. Los tres grupos en total formaban 15 personas y todas aseguraron no consumir noticieros tradicionales por televisión normal, aunque 2 de ellos expresaron que veían noticieros vía *streaming*. Además de lo ya mencionado, los miembros del grupo focal afirmaron que se informaban por medio de las redes sociales y, un dato curioso, es que 8 de ellos, es decir más del 50% de los miembros de los grupos focales, lo hacían por medio de *Instagram*.

Además, con la información obtenida fue posible conocer, tal y como se detalla en el apartado 4.3 que corresponde a análisis de contenido, que ambos noticieros no han innovado en cuestión de formato de programa de noticias, es decir, han mantenido el mismo que se usa en la televisión tradicional con la única diferencia de que se lo hace por otro canal de transmisión que es Internet y, más en específico, vía *Streaming*. En Noticiero

Digital UDLA predomina el reportaje de Formato Tradicional mientras que en Última Hora Ecuador lo hace el formato de Nota Leída; estos dos formatos son constantemente aplicados en los noticieros que se emiten por la televisión.

El fuerte que poseen estos noticieros radica en sus redes sociales. En Última Hora Ecuador es *Instagram* que ha tenido una aceptación positiva de parte de las audiencias y para Noticiero Digital UDLA su fuerte es su cuenta de *Twitter*. Ambos tienen la mayor aceptación de parte de los usuarios por medio de sus redes sociales y es entendible porque, por esos medios, ambos generan contenidos en formatos comprimidos o pildorizados en los cuales sintetizan la información de una forma que el consumidor de información le da una mirada rápida al hecho noticioso y no le lleva más de dos minutos enterarse de aquel acontecimiento; este hábito de consumo de noticias se pudo comprobar gracias a los 3 grupos focales. También se pudo constatar de que los noticieros tradicionales son los menos consumidos por las audiencias más jóvenes.

El ejemplo visto en uno de los videos subidos en la cuenta de *Instagram* de Última Hora Ecuador es la muestra evidente de que las nuevas audiencias buscan eso, contenidos informativos más pildorizados y que puedan ser consumidos cuando lo deseen. *Instagram TV* del noticiero perteneciente a Vito TVO contribuye a la demostración de dicha afirmación. Las más de 18.700 visualizaciones de dicho video del 6 de febrero del 2020 dan una muestra de lo que ocurre y aclaran el panorama sobre lo que las nuevas audiencias desean para mantenerse informados.

La tendencia se esclarece al conocer los hábitos de consumo de noticias de las nuevas generaciones que nacieron en la era digital. Estas tendencias ayudan a comprender el por qué de la pérdida de dominio del noticiero tradicional y más cuando este intenta posicionarse en Internet; aquí compite con otros formatos y estilos más llamativos, breves y concisos.

Un aspecto técnico muy importante y que se trató en el apartado 2.6.2 es la relación de aspecto de las pantallas. El formato 4:3, usado en los televisores en el siglo XX e inicios del siglo XXI, quedó obsoleto frente al que se usa en la actualidad que es el 16:9. La pantalla es más ancha que alta y se ajusta mejor al campo visual del ser humano. A esa

ventaja se le suma que este formato permite que se aumente la calidad de la imagen. Es un tema técnico, sí, pero que ha mejorado la experiencia en el consumo de formatos audiovisuales. En el caso de Filo News, ellos aprovechan esta relación de aspecto para hacer su noticiero corto con la pantalla en vertical; este formato es compatible con las pantallas de los *smartphones*, tabletas y demás dispositivos similares. Algo así era impensable hacerlo en la antigua relación de aspecto.

En síntesis, los noticieros Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA no muestran nada nuevo, atractivo ni novedoso para las audiencias, en especial a las más jóvenes que, en general, tienen hábitos de consumo de información diferentes a los de las generaciones del siglo XX. El formato tradicional que ambos ofrecen no es el más idóneo para la plataforma de Internet en la que existen disponibles otras formas de informarse y de una manera más rápida. El estilo similar de un noticiero de televisión tradicional es muy evidente, tal y como se expone en el apartado 4.4 y en los Anexos N y O en los que se muestra con imágenes del set como no existen diferencias con los de los tradicionales, en especial en los contenidos y en la forma en la que los ofrecen a las audiencias. Usar un estilo y formato de noticias de una vía en una plataforma que posee muchas es desaprovechar las ventajas que esta ofrece, refiriéndose a Internet y a las innumerables ventajas que posee.

Es muy probable que, gracias a todos los datos recopilados, se pueda comprobar definitivamente la afirmación de la hipótesis que se planteó al inicio de este trabajo la cual establece que los noticieros tradicionales pierden preponderancia frente a otros formatos de noticias. En ese sentido es viable, pero muy prematuro asegurarlo con certeza en la actualidad. Este es un fenómeno que recientemente se está descubriendo y estudiando; recién se están planteando bases para futuras profundizaciones de este tema. Por ello, es necesario ampliar y profundizar en este tópico que, gracias a este trabajo, se plantean las bases para futuros estudios de esta temática.

RECOMENDACIONES

La televisión online es, casi con seguridad, el próximo escalón en la evolución de la comunicación, muy en especial para la televisión. Los periodistas en ejercicio deben tener en cuenta esta transformación que está sucediendo a nivel mundial y deben conocer más sobre estos cambios que van desde los nuevos formatos de contenidos hasta el hecho de conocer los nuevos hábitos de consumo de noticias que, obviamente, no son los mismo de hace dos décadas atrás. Estos son los dos factores más importantes a tener en cuenta para empezar un cambio en la producción de noticias y así no perder la atención de las audiencias más jóvenes que se caracterizan en especial por la inmediatez.

Es conocido por muchos, tanto en el mundo de los negocios, así como en la naturaleza, que aquel que no se adapta al entorno no sobrevive a los cambios constantes que este sufre. Existen muchos ejemplos que podrían numerarse. En el caso de la comunicación podría mencionarse a las radionovelas que tuvieron su auge en el siglo XX pero que ahora han quedado obsoletos frente a otros productos comunicacionales que ofrecen más en comparación a este. En el caso de los noticieros, este podría ser, sin duda, el comienzo de su final como formato dominante de noticias. Es por ello que se recomienda a los canales de televisión tomar en cuenta la evolución de los hábitos de consumo de las audiencias que, al final de cuentas, son quienes les dan la supremacía a los canales de televisión, en este caso, a sus noticieros.

Sobre el formato, es importante que se tomen como muestra los ya aplicados por otros canales que ya se van adaptando a las nuevas demandas de sus usuarios. Un ejemplo es *Filo News* que tan solo necesita 10 minutos para informar a su audiencia en su transmisión de su noticiero. Este es uno entre cientos o quizá miles de otros ejemplos que podrían aplicarse en Ecuador, al menos como una experimentación.

En el aspecto académico, es importante que las instituciones de educación superior vayan adiestrando a sus estudiantes en los nuevos formatos y estilos de comunicación que van ganando espacio y popularidad en la audiencia que consume Internet. Uno de los defectos que se pueden nombrar es que aún se está enseñando con relativa prioridad los formatos y estilos tradicionales de los medios de comunicación dominantes por excelencia a nivel mundial: Radio, prensa escrita y televisión. Es viable que se estudie la evolución

de la comunicación en el siglo XXI para que se pueda tener en cuenta en las mallas curriculares. No es incorrecto que se dé preponderancia a los medios tradicionales, pero de todas formas es importante que se prepare a los futuros periodistas para que su adaptación a las nuevas formas de hacer periodismo sea menos complicada.

Aprovechar las facilidades que ofrece la televisión vía *streaming*, como sistema de comunicación netamente comercial como es el caso de Vito TVO o simplemente como una herramienta educativa como la aplica la Universidad de las Américas, es seguramente la mejor opción que se podría tomar, en especial en Ecuador que es una vía poco explotada y aprovechada.

BIBLIOGRAFÍA

- @EdelContenido. (31 de Diciembre de 2017). *Estrategia del Contenido*. Obtenido de https://www.estrategiadelcontenido.com/post.php?pag=el_microcontenido_como_tendencia_fin_ano
- Alulema, D. (2012). La Televisión Digital Terrestre en el Ecuador es interactiva. *EÍDOS*, 12-19.
- Alvarado, C. (2008). Capítulo I: Antecedentes generales de la televisión. En C. Alvarado. San Salvador.
- Bahillo, L. (20 de Septiembre de 2019). *Marketing Ecommerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/>
- Collaguazo, L. (7 de Marzo de 2019). *CIEYT Universidad Internacional de Loja*. Obtenido de <http://telecomunicaciones.edu.ec/repositorio/articulos-blog/ciencia-y-tecnologia/apagon-analogico-en-ecuador>
- Culturizando. (26 de Agosto de 2018). *Culturizando*. Obtenido de <https://culturizando.com/la-historia-de-la-bbc/>
- culturizando.com. (26 de Agosto de 2018). *La historia de la BBC*. Obtenido de <https://culturizando.com/la-historia-de-la-bbc/>
- díez, A. (12 de Mayo de 2016). *Mobile Pro*. Obtenido de <https://www.mobile-pro.net/tienes-micro-momento-tenemos-micro-contenido-ti/>
- Digitalac, G. d. (2008). *Guía Para El Usuario De La Televisión En Alta Definición*. San Antonio, España.
- Ecuavisa. (1 de Marzo de 2015). *Ecuavisa.com*. Obtenido de <https://www.ecuavisa.com/fotoreportaje/noticias/actualidad/conozca-inicios-anchors-del-noticiero-televistazo>
- Equipo de Expertos - Universidad Internacional de Valencia. (9 de Octubre de 2018). *VIU Universidad Internacional de Valencia*. Obtenido de <https://www.universidadviu.com/redes-de-datos-todo-lo-que-hay-que-saber-sobre-ellas/>
- Espacio Latino. (S.f.). *Parece que fue ayer*. Obtenido de <https://parecequefueayer.espaciolatino.com/Television.html>

- González, R. (21 de Marzo de 2017). *Formación Audiovisual*. Obtenido de <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/radio/que-es-el-podcast-y-el-podcasting/>
- GospeliDEA.com. (2017). *Gospel Idea*. Obtenido de <https://gospelidea.com/blog/como-funciona-el-streaming>
- Guerrero, R. (2010). Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja. En R. Guerrero. Loja.
- Ibnoulkhatib, G. (2011). *Sistema de captura de imágenes de streaming para el mantenimiento de la continuidad de la señal de TV(UPV-TV)*. Gandia.
- Jeffrey, J. (13 de Julio de 2019). *BBC*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48964112>
- Jijón, C. (13 de Noviembre de 2019). Detalles sobre UDLA Channel. (F. Robles, Entrevistador)
- kitzinger, J. (1995). *Qualitative Research: Introducing Focus Groups*. Cardiff: BMJ.
- Lo Encontraste. (9 de Abril de 2019). *Lo Encontraste*. Obtenido de <https://www.loencontraste.com/noticias/comercio-electronico/internet-alcanza-los-4388-millones-de-usuarios-de-internet-en-el-2019>
- Lozano, G. d. (2011). *Influencia De Los Smartphones En Los Estilos De Vida De Los Jovenes Universitarios Y Jóvenes Ejecutivos En La Ciudad De Bogotá*. Bogotá.
- Mancini, P. (2011). *Hackear el Periodismo*. La Crujia.
- Martín, R. M. (S.F.). *Universidad de Castilla-La Mancha*. Obtenido de Profesorado: https://previa.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf
- Ministerio de Telecomunicaciones. (S.f.). *TDT Ecuador*. Obtenido de <https://tdtecuador.mintel.gob.ec/que-es-la-tdt/>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (S.f.). *TDT Ecuador*. Obtenido de <https://tdtecuador.mintel.gob.ec/preguntas-frecuentes/>
- Murillo, R. (13 de Noviembre de 2019). Paseo por las instalaciones de UDLA Channel. (F. Robles, Entrevistador)
- New York Film Academy. (1 de Abril de 2015). *Student Resources*. Obtenido de <https://www.nyfa.edu/student-resources/history-of-broadcast-journalism/>

- NODO: las noticias del régimen en el cine. (s.f.). *Parece que fue ayer*. Obtenido de <https://parecequefueayer.espaciolatino.com/Nodo.html>
- Puente, C. (8 de Mayo de 2015). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/8y8syvy4d99b/formatos-noticias-tv/>
- Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Ríos, L. D. (S.F.). *Dirección Central de Biblioteca, Universidad de Carabobo*. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/a5n10/5-10-14.pdf>
- Rodríguez, C. (2010). Televisión en Internet. *Ícono 14*, 114-132.
- Ruiz, G. (10 de Febrero de 2020). *Sobre Historia*. Obtenido de <https://sobrehistoria.com/la-guerra-fria/>
- Sales, G. (18 de Junio de 2015). *Tecnología para Pymes*. Obtenido de <http://tecnologiaparapymes.es/cambiate-a-la-television-online/>
- Salinas, A. (24 de Octubre de 2017). *Mott Marketing*. Obtenido de <https://mott.marketing/origen-historia-e-informacion-completa-sobre-la-red-social-twitter/>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta. Edición*. México D.F.: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Sanz, V. J. (16 de Febrero de 2012). *América Latina en movimiento*. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/active/52801>
- Tardáguila, C. (2006). *Dispositivos Móviles y Multimedia*. Cataluña: Creative Commons.
- Televisión de alta definición. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 11 de febrero de 2012 en https://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_de_alta_definici%C3%B3n
- Televisión en Ecuador. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 29 de noviembre de 2019 en https://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_en_Ecuador.
- Ten tu Logo. (28 de Noviembre de 2017). *Ten tu Logo*. Obtenido de <https://tentulogo.com/bbc-conoce-la-historia-del-canal-de-radio-y-tv-mas-antiguo-del-mundo/>
- Ten tu Logo. (24 de Julio de 2018). *Tentulogo.com*. Obtenido de <https://tentulogo.com/historia-de-instagram-el-pequeno-experimento-que-se-transformo-en-una-marca-de-1000-millones/>

Thomas, J. (1 de Mayo de 2019). *Purple*. Obtenido de <https://purple.ai/es/blogs/la-historia-del-wifi/>

Unión Podcastera. (junio, 2017). ¿Qué es un Podcast? [Audio podcast]. <https://open.spotify.com/episode/68Bd7demb40IMd7xK8oDfD>

Universidad de las Américas. (20 de Junio de 2018). *La Universidad De Las Américas Inaugura Oficialmente Udla Channel*. Obtenido de <https://www.udla.edu.ec/2018/06/20/la-universidad-de-las-americas-inaugura-oficialmente-udla-channel/>

VitoTVO. (2017). *VitoTVO*. Obtenido de <https://vivotvo.com/index>

Yúdico, J. M. (2016). *Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina*. México: Factual A.C.

ANEXOS

Anexos A.



Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Última Hora Ecuador
Fecha de emisión	25/11/2019
Hora de inicio de transmisión	17:20
Hora de fin de transmisión	18:05
Número de bloques	2
Número de segmentos	4
Número de reportajes	12
Duración de cada bloque	20 min
Duración de cada segmento	10 min
Duración de cada reportaje	02:00
Duración total	45 min
Periodistas participantes	4
Espectadores en vivo	125

Anexos B.



Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Última Hora Ecuador
Fecha de emisión	26/11/2019
Hora de inicio de transmisión	17:33
Hora de fin de transmisión	18:24
Número de bloques	3
Número de segmentos	5
Número de reportajes	7
Duración de cada bloque	15 min
Duración de cada segmento	10 min
Duración de cada reportaje	02:00
Duración total	51 min
Periodistas participantes	4
Espectadores en vivo	165

Anexos C.



Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Última Hora Ecuador
Fecha de emisión	27/11/2019
Hora de inicio de transmisión	17:30
Hora de fin de transmisión	18:11
Número de bloques	3
Número de segmentos	4
Número de reportajes	3
Duración de cada bloque	12 min
Duración de cada segmento	10 min
Duración de cada reportaje	02:00
Duración total	41 min
Periodistas participantes	3
Espectadores en vivo	106

Anexos D.



Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Última Hora Ecuador
Fecha de emisión	28/11/2019
Hora de inicio de transmisión	17:23
Hora de fin de transmisión	18:06
Número de bloques	2
Número de segmentos	4
Número de reportajes	9
Duración de cada bloque	22 min
Duración de cada segmento	11 min
Duración de cada reportaje	01:30
Duración total	49 min
Periodistas participantes	3
Espectadores en vivo	95

Anexos E.

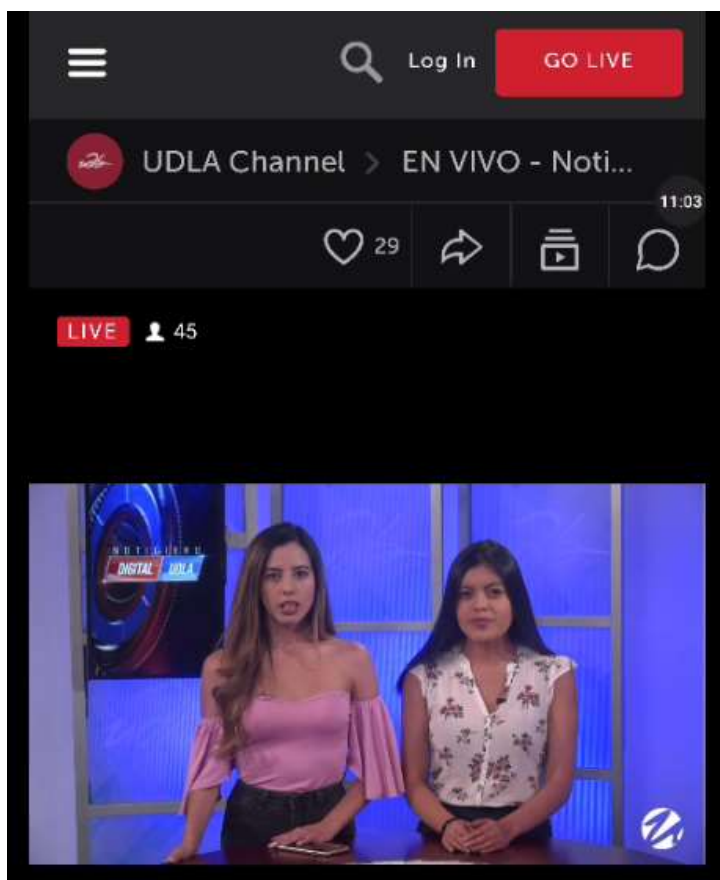


Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Última Hora Ecuador
Fecha de emisión	29/11/2019
Hora de inicio de transmisión	17:30
Hora de fin de transmisión	18:15
Número de bloques	2
Número de segmentos	5
Número de reportajes	8
Duración de cada bloque	21 min
Duración de cada segmento	9 min
Duración de cada reportaje	01:30
Duración total	45 min
Periodistas participantes	3
Espectadores en vivo	72

Anexos F.

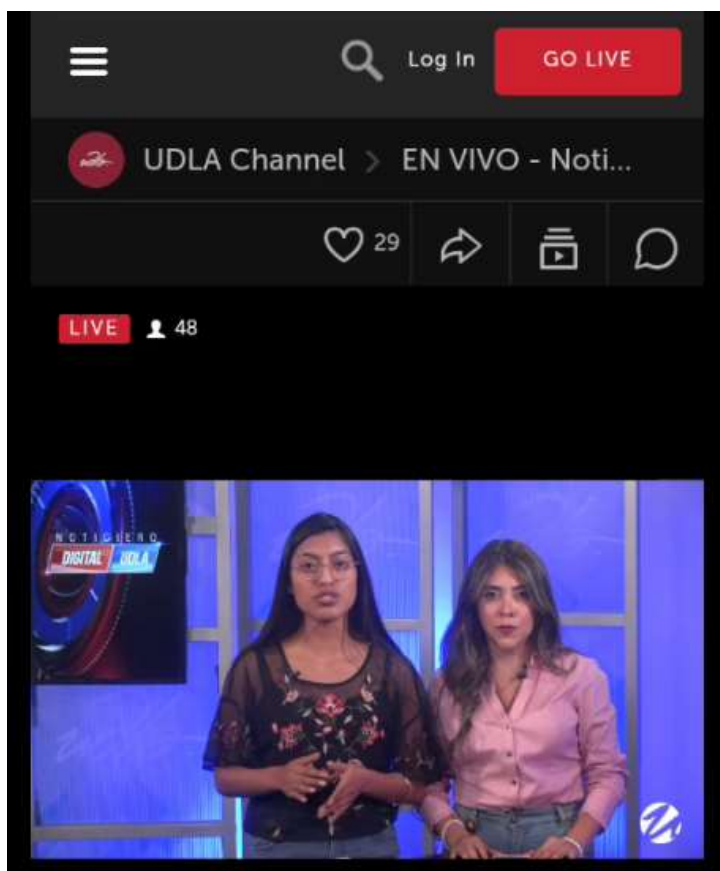


Anexos G.



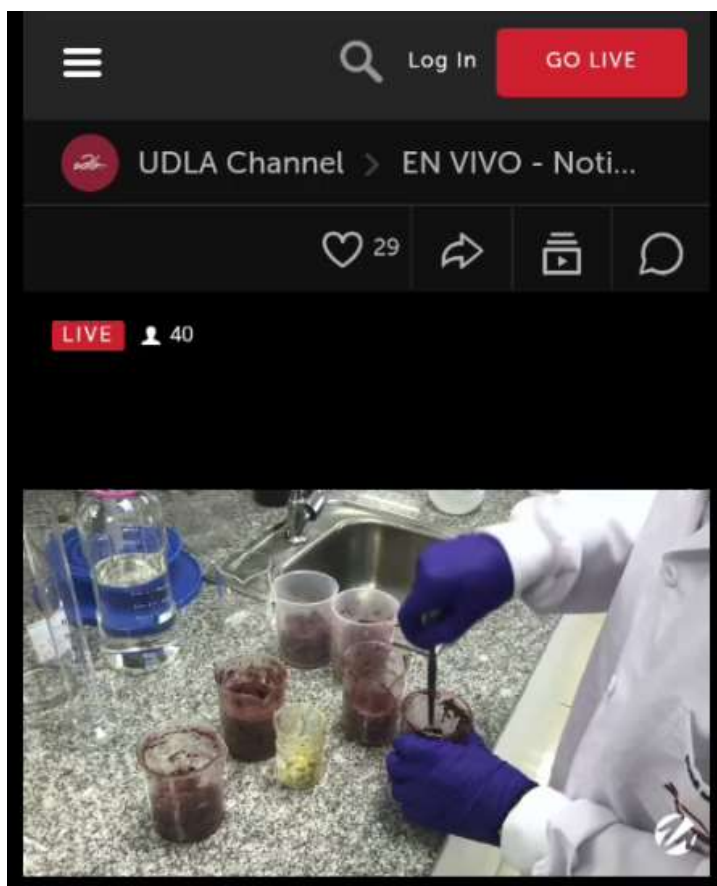
Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Noticiero Digital UDLA
Fecha de emisión	26/11/2019
Hora de inicio de transmisión	16:30
Hora de fin de transmisión	16:57
Número de bloques	1
Número de segmentos	4
Número de reportajes	18
Duración de cada bloque	27 min
Duración de cada segmento	7 min
Duración de cada reportaje	01:40
Duración total	27 min
Periodistas participantes	4
Espectadores en vivo	52

Anexos H.



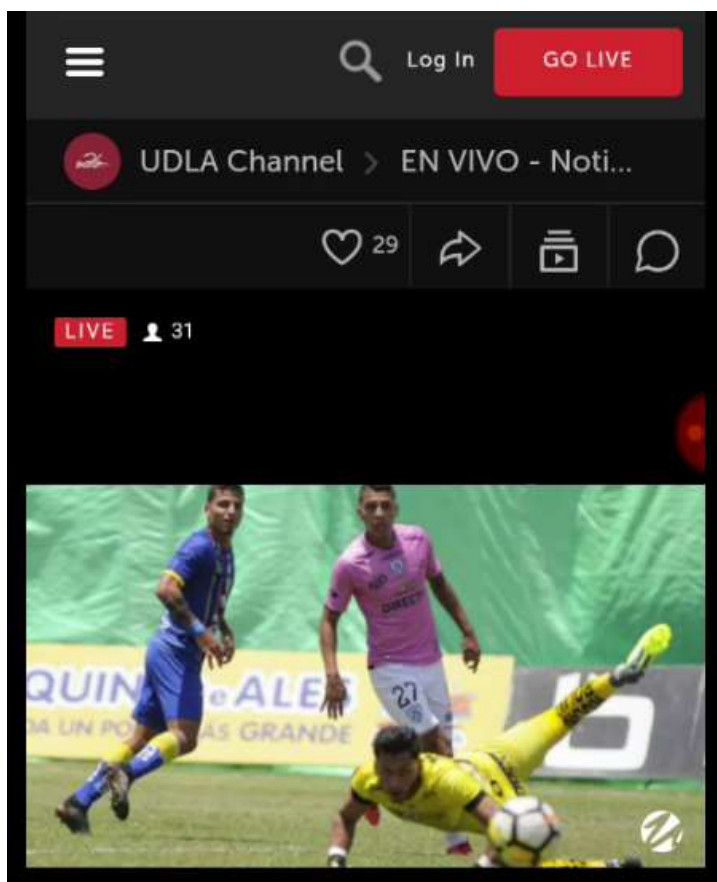
Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Noticiero Digital UDLA
Fecha de emisión	27/11/2019
Hora de inicio de transmisión	16:31
Hora de fin de transmisión	17:05
Número de bloques	1
Número de segmentos	4
Número de reportajes	21
Duración de cada bloque	34 min
Duración de cada segmento	8 min
Duración de cada reportaje	01:40
Duración total	34 min
Periodistas participantes	4
Espectadores en vivo	55

Anexos I.



Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Noticiero Digital UDLA
Fecha de emisión	28/11/2019
Hora de inicio de transmisión	16:30
Hora de fin de transmisión	16:49
Número de bloques	1
Número de segmentos	4
Número de reportajes	14
Duración de cada bloque	19 min
Duración de cada segmento	6 min
Duración de cada reportaje	01:40
Duración total	19 min
Periodistas participantes	4
Espectadores en vivo	47

Anexos J.



Ficha de análisis de noticiero por día	
Nombre del noticiero	Noticiero Digital UDLA
Fecha de emisión	29/11/2019
Hora de inicio de transmisión	16:30
Hora de fin de transmisión	16:57
Número de bloques	1
Número de segmentos	4
Número de reportajes	15
Duración de cada bloque	27 min
Duración de cada segmento	7 min
Duración de cada reportaje	01:40
Duración total	27 min
Periodistas participantes	4
Espectadores en vivo	38

Anexos K.

“La imagen va más allá de estar o ser de un modo determinado de cómo se sienten cosas en nuestros sentimientos sobre lo que significa ser mujer. Así, de una parte, sería represento emocional, puro, virginal, entrega incondicional [...] De otra parte, sería represento ambivalente.”

EN DIRECTO 7

**En Vivo Noticiero Digital UDLA Channel -
Viernes 29/11/2019**

Udla Channel

Anexos L.



16,6 mil 502 mil 228
Publicaci... Seguidor... Seguidos

Última Hora Ecuador
Medios de comunicación

El primer noticiero digital multiplataformas del país.
📺📱 Sintonízanos de lunes a viernes a las 17H30
por el canal [\u2026](#) más
Ver traducción
ultimahoraec.com/
cristhianpp_2000, _confesiones.universitarias y 22
más siguen esta cuenta

Anexos M.



Udla Channel
@UdlaChannelEc

Primer canal de TV producido por jóvenes
estudiantes. [#Udla](#) [#AmaLoQueHaces](#)
[#Periodismo](#)

📍 Quito, Ecuador
livestream.com/udlachannel
📅 Se unió en junio de 2018

274 Siguiendo 12,1K Seguidores

Anexos N.



Anexos O.



Anexos P.



Anexos Q.



Anexos R.

Modelo 1 de cuestionario para el grupo focal de estudiantes que vivieron en el extranjero.

Preguntas de apertura

¿Qué tipos de noticieros *streaming* conocen?

1er sujeto Stephani Carrillo: Yo conozco vito tv y nada más.

2do sujeto Daniela Jiménez: Udlr Chanel.

3er sujeto Cindy Soledispa: No sé.

4to sujeto Camila Solórzano: Russian Today.

5to sujeto Carla Navia: Wambra ec.

¿Qué tipo de noticieros consumen?

1er sujeto Stephani Carrillo: O sea entretenimiento, a veces política y farándula.

2do sujeto Daniela Jiménez: Quizás noticias medio ambientales.

3er sujeto Cindy Soledispa: Cuando hablan de cine.

4to sujeto Camila Solórzano: Entretenimiento y política.

5to sujeto Carla Navia: Entretenimiento.

¿Por qué consumen este tipo de noticieros?

1er sujeto Stephani Carrillo: O sea la televisión está quedando un poco obsoleta y más pasamos en Internet.

2do sujeto Daniela Jiménez: O sea es que es mucho más práctico porque un noticiero *streaming* tú lo puedes ver desde tu celular y en cualquier parte solo teniendo Internet. Creo que es mucho más práctico para personas que estamos trabajando o en la universidad y siempre en movimiento, aparte también la noticias son concretas nos dicen lo que tenemos que saber.

3er sujeto Cindy Soledispa: Es lo que más ve la comunidad ahorita la tendencia es sólo estar en Internet ya la televisión está entrando en decadencia, la mayoría solo pasa en Internet y es más fácil acceder a las noticias del mundo y la comunidad.

4to sujeto Camila Solórzano: Por el tiempo es lo que creo.

5to sujeto Carla Navia: Cuando vemos *streaming* es algo que nosotros seleccionamos para ver, pero ya si hablamos sobre el noticiero que vemos en televisión son cosas que ellos escogen para nosotros en cambio ya desde la facilidad del *streaming* es lo que vemos.

¿Si la imagen no es llamativa y el reportaje es extenso siguen consumiendo el noticiero o cambian por uno más conciso?

1er sujeto Stephani Carrillo: Sí porque a veces los noticieros como que se van de largo con los comentarios de los presentadores, ahí es cuando cambio no me interesa dime la noticia.

2do sujeto Daniela Jiménez: No pero sí también tiene mucho que ver la imagen realmente en mi caso, cuando empiezan a relatarme toda la noticia y como que no van al grano yo si lo cambio en verdad prefiero solo saber lo que quiero saber.

3er sujeto Cindy Soledispa: Busco algo más preciso y cambio si el reportaje es extenso.

4to sujeto Camila Solórzano: Creo que el contenido de la nota es lo que importa.

5to sujeto Carla Navia: Depende incluso de la propia noticia si es de mi interés porque a veces veo cosas que bien puede ser llamativo y todo el mundo lo comparte si no me llama la atención no lo veo.

¿Alguna vez han consumido noticieros en podcast? ¿Qué tal la experiencia?

1er sujeto Stephani Carrillo: No

2do sujeto Daniela Jiménez: No

3er sujeto Cindy Soledispa: No

4to sujeto Camila Solórzano: No

5to sujeto Carla Navia: Sí o sea según yo es super ligth más liviana de lo que uno está acostumbrado.

Preguntas de transición

¿Al vivir en el extranjero por un periodo entre 2 o más meses que otras formas de consumir noticieros han visto?

1er sujeto Stephani Carrillo: No he visto otra.

2do sujeto Daniela Jiménez: En el extranjero la verdad no vi ningún noticiero tradicional, pero si veía que las personas se informaban a través de redes sociales, así como hacemos los jóvenes al menos yo no veo noticiero tradicional, pero si me informo a través de redes sociales.

3er sujeto Cindy Soledispa: Acá también se iba a desayunar y se veía la televisión por lo menos nuestros abuelos y la generación del tiempo de nuestros abuelos siguen en ese hábito, acá es de manera virtual en cambio allá tenían el hábito de checar el tiempo había secciones que no se incluían por que más le dan relevancia al tiempo al clima y a la política.

4to sujeto Camila Solórzano: Yo si vi la televisión al menos en el estado que estaba tenía bastante había canales que daban noticieros 24 horas.

5to sujeto Carla Navia: Yo cuando estaba en el extranjero si vi el consumo tradicional que el mismo noticiero tenía mediante las redes sociales otras maneras de comunicarse que eran más efectivas la difusión en redes.

¿Por qué piensas ustedes que los noticieros internacionales han cambiado el formato tradicional de las noticias?

1er sujeto Stephani Carrillo: Es esa sociedad inmediata por ejemplo cuando yo estaba allá, las noticias llegaban a mí celular a cada rato llegan muchas notificaciones.

2do sujeto Daniela Jiménez: En Korea llegaban mensajes en notificación, como hoy tienes que salir con mascarilla porque el nivel de contaminación es muy alto.

3er sujeto Cindy Soledispa: Es porque el ritmo de vida es muy acelerado, toda la gente allá es muy trabajadora trabajan y trabajan por eso es que me di cuenta que la comida tradicional se pierde por que la mayoría come en la calle así con un ritmo de vida acelerada por eso optan por eso por consumir noticias cortas.

4to sujeto Camila Solórzano: Se ajusta en el espectador y nosotros ya no es que no sentamos a ver las noticias si no es que nos tienen que agarrar al vuelo o yendo a un lugar no es que no tenemos tiempo para las noticias.

5to sujeto Carla Navia: Si a veces me llegaban notificaciones de -30° o -40°.

¿En el periodo que estuvieron en el extranjero cada cuánto consumían noticias?

1er sujeto Stephani Carrillo: Si era diario. O sea, es diferente porque aquí hay más temas que yo entiendo y me interesan, me llegan como paso un tiroteo y digo wow pero lo veo muy ajeno.

2do sujeto Daniela Jiménez: Si consumía mayor cantidad.

3er sujeto Cindy Soledispa: Creo que allá más y acá menos.

4to sujeto Camila Solórzano: También checaba las noticias de aquí cuando estaba allá y era el doble de noticias que consumía.

5to sujeto Carla Navia: Consumía noticias diario.

¿Han consumido noticias o veían que habitantes extrajeron consumían noticias en nuevos formatos como storytelling y podcast?

1er sujeto Stephani Carrillo: No yo no.

2do sujeto Daniela Jiménez: Yo no veía.

3er sujeto Cindy Soledispa: Yo Tampoco.

4to sujeto Camila Solórzano: Sí a mi hermana la vi cuando estaba viviendo allá le interesaba el podcast y a sus compañeras de cuarto roommies.

5to sujeto Carla Navia: Las dos o sea a mí cuando yo vivía allá no enseñó una prima el podcast entonces yo al principio veía a ella y no sabía que escuchaba y le pregunté y yo misma empecé a buscar porque si me parecía interesante a veces son sobre videos musicales depende del interés de cada uno y el storytelling es como lo que antes escuchábamos en las radios como cuentos.

Preguntas de cierre

¿Qué creen que les hace falta a los noticieros nacionales para que el público los consuma?

1er sujeto Stephani Carrillo: Deben actualizarse más que todo porque el mismo formato de ahora es el mismo de hace 20 años, ya aburre el mismo orden primero política y a lo último farándula y deporte.

2do sujeto Daniela Jiménez: Ya habría que cambiar el formato el típico presentador que está todo formal y serio leyendo en un telepronter leyendo la noticia tal y como está escrita eso ya no le llama la atención a la audiencia.

3er sujeto Cindy Soledispa: Los mismos presentadores aburre verlos todos los días

4to sujeto Camila Solórzano: Verdad... Debería hacer redes sociales no tienen una plataforma distinta a la televisión.

5to sujeto Carla Navia: O sea si bien se han actualizado hacer un uso de las redes sociales no es que se han actualizado ellos mismo en cuanto al formato.

¿Creen que necesita cambiar la forma como se presentan los noticieros a nivel nacional?

1er sujeto Stephani Carrillo: Deberían migrar de una buena forma mantener digamos no sé Tele vistazo, pero renovado y hay que saber cuáles son las nuevas necesidades de los jóvenes.

2do sujeto Daniela Jiménez: Yo creo que a corto plazo.

3er sujeto Cindy Soledispa: Yo pienso que inmediatamente.

4to sujeto Camila Solórzano: Creo que ya deberían cambiarlo ahora porque realmente la gente no está viendo televisión, deberían tratar de capturar al público que se les fue hace años.

5to sujeto Carla Navia: Necesita un cambio rápido.

¿Qué les recomendaría a los productores de noticieros para que el público consuma más noticias?

1er sujeto Stephani Carrillo: Si o sea que ya no sean tan conservadores, si tienen que ser más mente abierta.

2do sujeto Daniela Jiménez: Que tengan referentes internacionales, que vean como están haciendo otros países los noticieros nativos digitales para que ellos puedan digitalizarse.

3er sujeto Cindy Soledispa: Que busque un cambio de noticiero y sea informal y más corto.

4to sujeto Camila Solórzano: La televisión es predecible ya sabes quién va a hablar acerca de qué.

5to sujeto Carla Navia: Exactamente se mantiene el mismo estereotipo y los mismos presentadores, si no les dan paso a las nuevas generaciones las nuevas generaciones no se van a interesar en ellos.



Anexos S.

Universidad de las Artes carrera de Artes musicales y sonoras

Preguntas de apertura

¿Qué tipos de noticieros *streaming* conocen?

1er sujeto Carlos Tábara: Para estar informado siempre estoy pendiente de *Twitter* de las tendencias sigo páginas que fomentan eventos culturales, además del comercio y el pozo de la república.

2do sujeto Liliana Cedeño: Si de hecho yo siempre busqué una noticia que cause controversia porque noticias de tv no veo, pero cuando es de páginas busco el Comercio, El Universo o CNN en español, pero no es como que siempre.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que online más veo las páginas de El Universo y el País que informan de bastantes países de Latinoamérica y el resto del mundo, pero en realidad yo busco lo que me interesa por ejemplo si está hablando del Corona Virus me informo acerca de qué es esto y donDe está.

4to sujeto Ma. José Carbo: Bueno la verdad yo busco la noticia que me llama la atención que me interesa, pero a veces busco en Internet y en *Facebook* que pasan los links.

5to sujeto Javier Callo: Yo veo cosas no de una página de Internet en específica si no de lo que aparece en las páginas de *Facebook* o busco lo que quiero consumir, realmente no es algo que escoja de una página.

¿Qué tipo de noticieros consumen?

1er sujeto Carlos Tábara: O sea entretenimiento, cosas culturales.

2do sujeto Liliana Cedeño: Noticias coyunturales.

3er sujeto Laura Echeverría: Noticias que me informen de la actualidad.

4to sujeto Ma. José Carbo: Noticias medio del medio musical y político.

5to sujeto Javier Cayo: Noticias de política y entretenimiento.

¿Por qué consumen este tipo de noticieros?

1er sujeto Carlos Tábara: Para estar bien informados de la actualidad, saber que está pasando las enfermedades como el coronavirus.

2do sujeto Liliana Cedeño: Estas páginas yo las sigo porque de una u otra manera he visto que las personas comparten de aquella y se ve que tiene un contenido que vale la pena porque nos informa.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que como ciudadano del mundo uno tiene que estar bastante informado de lo que está pasando para comprender el contexto.

4to sujeto Ma. José Carbo: Bueno pues yo creo que nunca va a faltar la persona que te pregunte oye viste la noticia viste que pasó, entonces yo creo que uno debe estar actualizado para poder debatir conversar, pero uno debe estar actualizado ya sea por Internet o noticieros *online*.

5to sujeto Javier Cayo: Yo creo que está bueno tener varias fuentes de información porque no siempre puede ser confiable una fuente capaz puede ser muy a fin a un partido político donde las noticias se tergiversen bastante. El Internet es una herramienta súper importante para tener otra visión de las cosas lo que está pasando en el mundo, o sea como que ya este chance de ver la tele como que no; Internet te abre las puertas a diferentes opiniones de noticias más independientes que informan con mayor veracidad que los comunes que vemos en la tele.

¿Si la imagen no es llamativa y el reportaje es extenso siguen consumiendo el noticiero o cambian por uno más conciso?

1er sujeto Carlos Tábara: Si depende del tema y si es un ladrillo de texto voy a dejarlo pasar y si me interesa el tema busco en Youtube una noticia más resumida ya sea en Rt en español.

2do sujeto Liliana Cedeño: Depende mucho del tema y que tanto interés le quieras meter a cierto tema hay noticias que no son tan importantes, pero si ejemplo hay algo del coronavirus que llegó aquí al Ecuador de ley voy a leer para tratar de estar informada y poder compartirlo con alguien porque se ve que tiene toda la información necesaria.

3er sujeto Laura Echeverría: Hay veces que te interesa más un tema entonces eso sí lo lees completo y hay veces en lo que simplemente tienes que saber lo esencial, buscas los puntos más importantes ya que no siempre uno tiene tiempo para leer todo.

4to sujeto Ma. José Carbo: La verdad que yo siempre busco el resumen lo específico de la noticia, porque es hostigoso leer un texto parafraseado y que redundante en la noticia; lo esencial en mí es buscar un resumen conciso, preciso de lo que pasó o de un punto específico de esa noticia para poder tener una fuente.

5to sujeto Javier Cayo: Bueno es que depende del tema si es algo que realmente te interesa lo consumes todo, pero si es que no cambias otra cosa.

¿Alguna vez han consumido noticieros en podcast?

1er sujeto Carlos Tábara: Si yo uso bastante podcast ya sea como el *Washitong post* y bastantes temas que me interesen para que pueda informarme mejor igual es interesante la perspectiva de muchos pensadores, si yo lo uso bastante ya sea para el transporte público o para hacer ejercicio.

2do sujeto Liliana Cedeño: Yo aún no lo he probado suena muy interesante y muy accesible porque si estas con un teléfono móvil y escuchar las noticias.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que escuchar las noticias es más cómodo que verlas o leerlas porque es como si estás haciendo cualquier otra cosa y escuchaste y se te grabó para mí es más cómodo.

4to sujeto Ma. José Carbo: Yo si y opino que la noticia es mejor escucharla uno tiene más disponibilidad de tiempo uno puede hacer otra cosa y estar escuchando es algo más cómodo que estar prendido en un televisor.

5to sujeto Javier Cayo: Realmente noticias no consumo podcast pero si otro tipo de cosas pero si sería como que realizas tus actividades mientras escuchas noticias.

Preguntas de transición

Los noticieros internacionales ahora son muchos más cortos en otros países y también les atribuyen a las noticias formatos como storytelling y podcast. ¿Porque creen que los noticieros tradicionales han cambiado el formato antiguo a este más actual?

1er sujeto Carlos Tábara: Claro se modernizan y tratan de encapsular para que el contenido sea más masticable para que las personas estén mayor informadas en redes sociales que está al alcance de todas las personas.

2do sujeto Liliana Cedeño: Básicamente es así por ejemplo en el paro yo me informé mejor de las noticias internacionales, porque creo que España está reproduciendo nuestras noticias y fue un resumen de todo lo que había pasado como de 4 minutos y fue excelente.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que también se dan cuenta que es práctico y es más fácil para el usuario consumir la noticia de esta manera.

4to sujeto Ma. José Carbo: La verdad yo creo que todo cambia y quizás ellos hicieron quizás una estadística y al ver que pocas personas consumen un noticiero largo extenso que puede causar aburrimiento, entonces ellos optaron por cortar esta información y volverla más corta especifica con cosas claves que a la persona más le llamen la atención.

5to sujeto Javier Cayo: Capaz por que se han dado cuenta que la gente ya no consume los 40 ó 45 minutos de noticias que se dan si no que intentan acomodarse en los tiempos y llegar a más gente.

¿En un aproximado cuantas noticias consumen por día?

1er sujeto Carlos Tábara: Yo activo las notificaciones a cuentas que me pueden informar mejor ya sea en *Twitter* en Youtube mejor, pero si más de 5 al día.

2do sujeto Liliana Cedeño: En mi caso varia un poco hay días en lo que 3 ó 4.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que al día consumo unas 5 o 6 noticias.

4to sujeto Ma. José Carbo: Yo opino que a través de *Facebook* que me llega notificaciones 5 a 6 noticias.

5to sujeto Javier Cayo: Yo unas 6 a 7 noticias lo que esté pasando en el país o en el mundo en ese rato.

¿Donde consumen más las noticias en *Facebook*, *Twitter* o en *Instagram*?

1er sujeto Carlos Tábara: Yo creo que más *Instagram* porque paso más tiempo ahí.

2do sujeto Liliana Cedeño: No la verdad yo más por *Twitter*.

3er sujeto Laura Echeverría: *Facebook*.

4to sujeto Ma. José Carbo: Por *Facebook*.

5to sujeto Javier Cayo: Yo por *Facebook*.

Preguntas de cierre

¿Qué creen que les hace falta a los noticieros para que el público los consuma?

1er sujeto Carlos Tábara: Algo que está haciendo la posta es que todo lo transportan en un lenguaje muy coloquial como la cagada de la semana me parece increíble, porque va a un target más joven, entonces saben conectar a través del humor temas muy serios ya sea corrupción o política entonces el humor es una muy buena herramienta para llegar a la gente.

2do sujeto Liliana Cedeño: O sea yo creo que necesitan ser más concisos al momento de dar un mensaje, pero creo que lo esencial es que sean más claros más precisos que digan lo que necesitamos porque a veces se van mucho por las ramas al momento de dar una noticia creo que más precisión y concisión sería bueno.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que la objetividad es algo que me llama mucho más la atención por ejemplo un título que te de *clickbait* (cibercebo) es como no te llama en cambio cuando te dicen la noticia así tal cual es más ok esto está pasando y es necesario que sean más objetivos.

4to sujeto Ma. José Carbo: Opino que quizás deberían ponerle más énfasis desde el título para que uno se concentre en *wow* que pasó o sea sería interesante y después poder verlo y chequearlo.

5to sujeto Javier Cayo: Yo creo que objetividad sobre todo en noticieros cuando hablan de política porque siempre se ciñen por quien les está dando de comer, o sea sobre todo creo que las noticias para mí deberían enfocarse en temas políticos temas de farándula y esas cosas son súper banales creo que en el Ecuador falta esta huev*da de que no son objetivos realmente.

¿En cuánto tiempo creen que necesita cambiar la forma como se presentan los noticieros a nivel nacional?

1er sujeto Carlos Tábara: El tiempo yo pienso que debe ser rápido como ya lo hemos estado hablando es un mundo acelerado actualizado entonces a través de las estrategias de *marketing* deberían implementar los cambios más precisos para que pueda haber progresos notables.

2do sujeto Liliana Cedeño: Me parecería que algo medio porque hacerlo de la noche a la mañana, sería algo muy abrupto y es como que poco a poco debe evolucionar 5 minutos o 10 minutos menos hasta que ya nos acostumbremos.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que entre menos se demore la noticia de llegar al usuario es mejor, porque es necesario que uno se mantenga informado de lo que está pasando en el país o en el mundo.

4to sujeto Ma. José Carbo: La verdad yo creo que todo tiene su tiempo, todo tiene su proceso quizás a largo plazo suene muy extenso sería a corto plazo para que vayan evolucionando las cosas y la gente tenga más interés.

5to sujeto Javier Cayo: Que poco a poco se tiene que ir dando con pequeños cambios igual capaz para que la gente se acostumbre a estos cambios.

¿Qué les recomendaría a los productores de noticieros para que el público consuma más noticias?

1er sujeto Carlos Tábara: Yo pienso que está bien las personas que están acostumbrados a ese tipo de contenido y esas noticias resumidas en post.

2do sujeto Liliana Cedeño: Yo creo que la recomendación que les daría es que primero den la noticia que en verdad necesitamos, pero siempre lo dejan para el medio o para el final entonces sería lo más importante señalarlo de primero y ser bien preciso en lo que tienen que decir y más que todo que nuestras noticias sean sinceras.

3er sujeto Laura Echeverría: Yo creo que hacer el *streaming* más fácil de leer más cómodo, más práctico y obviamente sincero con contenido objetivo y muchas veces es importante que den más información porque muchas veces es importante saber porque pasa esto y lo otro.

4to sujeto Ma. José Carbo: Quizás falta esa partecita que deberían hacer la información más clara más específica y desde el título hacerlo más llamativo para que la gente se enfoque en eso.

5to sujeto Javier Cayo: Yo creo que el amarillismo de la prensa *online* o sea sus visualizaciones se basan en que los títulos que son llamativos y cuando entras a ver la noticia no es lo que esperas, pero sobretodo la objetividad a la hora de informar y que realicen su trabajo como se debe.



Anexos T.

Universidad Ecotec carrera de negocios internacionales y derecho.

Preguntas de apertura

¿Qué tipos de noticieros *streaming* conocen?

1er sujeto Iván Saldaña: Consumo canales como gol tv.

2do sujeto Nicole Muñoz: No consumo.

3er sujeto Mario Barzola: Principalmente consumo en formato *streaming* como gol tv y Tc televisión.

4to sujeto Eddy Chávez: Consumo en las páginas web como Teleamazonas,

5to sujeto Katya García: No consumo ningún noticiero.

¿Qué tipo de noticieros consumen?

1er sujeto Iván Saldaña: Deporte y entretenimiento.

2do sujeto Nicole Muñoz: Entretenimiento quizás.

3er sujeto Mario Barzola: Más consumo noticias de deporte.

4to sujeto Eddie Chávez: Política y deporte.

5to sujeto Katya García: Noticias de política y entretenimiento.

¿Por qué consumen este tipo de noticieros?

1er sujeto Iván Saldaña: Básicamente las noticias en lo que es entretenimiento o internacionales por decirlo así no las consumo en una página específica lo hago por medio de *links* o recomendaciones de otros usuarios que son noticias actuales que aparecen.

2do sujeto Nicole Muñoz: Porque me gusta y causa interés.

3er sujeto Mario Barzola: Realmente consumo porque es información actualizada entonces nos mantiene al día en cuanto a las noticias que pasan a diario sobre todo como estamos en un mundo globalizado, el Internet ayudan que las noticias se transmitan con mayor facilidad y rapidez para la gente.

4to sujeto Eddie Chávez: Yo en noticieros veo más informaciones actualizadas para saber que pasa en el mundo, por ejemplo, enfermedades o deporte uno más está actualizado en esa área.

5to sujeto Katya García: Porque me da la información que me sirve y quiero saber.

¿Si la imagen no es llamativa y el reportaje es extenso siguen consumiendo el noticiero o cambian por uno más conciso?

1er sujeto Iván Saldaña: Me gusta la rapidez de la información y que el título sea atractivo.

2do sujeto Nicole Muñoz: Yo lo cambio porque me gusta que vayan al grano.

3er sujeto Mario Barzola: Yo creo que sería un tanto relativo porque en general lo cambiaría rápido, pero si fuera una persona que le interesaría el tema él sí consumiría toda la noticia.

4to sujeto Eddie Chávez: O sea en realidad me aburro porque hay cosas que son relleno que no me interesa quiero que si es algo noticioso quiero lo que es y lo que pasa nada más.

5to sujeto Katya García: Yo en particular lo cambio porque me gusta que las cosas sean precisas, que vayan al grano que literalmente si me están hablando de una noticia de una niña o sea queme comiencen a contar la vida de ella, pero súper rápido.

¿Alguna vez han consumido noticieros en podcast?

1er sujeto Iván Saldaña: Ah si yo si y me parece interesante porque uno busca esas rutas por la variedad.

2do sujeto Nicole Muñoz: No yo no consumo.

3er sujeto Mario Barzola: Me parece una herramienta práctica.

4to sujeto Eddie Chávez: No tampoco consumo podcast.

5to sujeto Katya García: Yo si en Spotify.

Preguntas de transición

Los noticieros internacionales ahora son muchos más cortos en otros países y también les atribuyen a las noticias formatos como storytelling y podcast. ¿Porque creen que los noticieros tradicionales han cambiado el formato antiguo a este más actual?

1er sujeto Iván Saldaña: Pienso que para atraer el público joven que está en las redes.

2do sujeto Nicole Muñoz: Creo que usan ello para que la gente los consuma más.

3er sujeto Mario Barzola: Yo creo sobre todo para captar la atención de los adolescentes ya que el gran porcentaje de usuarios que utilizan Internet son jóvenes entonces no tenemos ni tiempo ni paciencia para estar indagando de un tema a otro, entonces creo que lo que ellos están haciendo es ir directo al grano para transmitir la noticia.

4to sujeto Eddie Chávez: Creo que es una estrategia para llamar la atención del público joven.

5to sujeto Katya García: Yo lo que he visto cuando cuentan la historia son los casos de asesinos y supongo que de ahí tomaron el molde que te cuentan la historia y le vayan poniendo la imagen.

¿En un aproximado cuantas noticias consumen por día?

1er sujeto Iván Saldaña: Referente a noticias nacionales e internacionales entre 5 a 10 *Instagram* y *Facebook* se han convertido en portadores de noticias.

2do sujeto Nicole Muñoz: Yo solo máximo 2.

3er sujeto Mario Barzola: Pues en todas las redes sociales lo primero que uno ve son noticias sobre todo cuando uno sigue a los canales de tv o medios internacionales si sería una cantidad entre 12 a 18 noticias diarias en lo personal.

4to sujeto Eddie Chávez: Yo consumo poco en promedio 4 o 5.

5to sujeto Katya García: Yo unas 3 a 4.

¿Donde consumen más las noticias en *Facebook*, *Twitter* o en *Instagram*?

1er sujeto Iván Saldaña: En *Instagram*.

2do sujeto Nicole Muñoz: *Instagram*.

3er sujeto Mario Barzola: Yo diría que *Facebook* porque prácticamente todo el mundo está en *Facebook* y miles de noticias diarias se transmiten por ese medio.

4to sujeto Eddie Chávez: Yo más en *Twitter* porque te dan la información precisa

5to sujeto Katya García: Yo también consumo más *Twitter* porque ahí me llegan las notificaciones hace 1 minuto y es una información más confiable.

Preguntas de cierre

¿Qué creen que les hace falta a los noticieros nacionales para que el público los consuma?

1er sujeto Iván Saldaña: Yo creo que a los noticieros les hace falta enfoque, les hace falta volver al tiempo de la necesidad de la verdad.

2do sujeto Nicole Muñoz: Un resumen claro y preciso.

3er sujeto Mario Barzola: Creo que aquí la prensa se enfoca mucho en lo que son los crímenes, lo que es la corrupción, pero no dan una solución por ello le falta a la prensa decir la verdad.

4to sujeto Eddie Chávez: Yo en realidad lo que puedo decir es que le falta enfoque porque a veces los noticieros te meten cosas sin sentido y se debe ser realista decir lo que pasa en este mundo porque puede suceder algo y uno no está informado.

5to sujeto Katya García: O sea que el noticiero realice un seguimiento o en su defecto que compacte la noticia.

¿En cuánto tiempo creen que necesita cambiar la forma como se presentan los noticieros a nivel nacional?

1er sujeto Iván Saldaña: Yo creo que acorto plazo ya que no todo el mundo tiene el tiempo para ver 45 minutos de noticias

2do sujeto Nicole Muñoz: Yo creo que a corto plazo.

3er sujeto Mario Barzola: En lo personal pienso que se deberían mantener los dos formatos si bien es cierto que nosotros somos directos también es cierto que hay personas que no utilizan ni siquiera el teléfono celular entonces ellos también necesitan estar informados por este medio creo que cierta cantidad de personas se mantiene comunicada.

4to sujeto Eddie Chávez: Pienso que a corto plazo porque la gente se puede aburrir y uno busca lo que le interesa y que vayan directo al tema.

5to sujeto Katya García: Yo creo que realizar el cambio ahora y necesitan recortar las noticias si son 45 minutos literalmente recortarlo a 25 minutos y dar todas la informaciones nacionales e internacionales.

¿Qué les recomendaría a los productores de noticieros para que el público consuma más noticias?

1er sujeto Iván Saldaña: Enfoque.

2do sujeto Nicole Muñoz: Más veracidad en sus reportajes.

3er sujeto Mario Barzola: Brindar la información 100% real para que el usuario tenga conocimiento de la verdad.

4to sujeto Eddie Chávez: Yo creo que se enfoque en la realidad en lo que pase en el mundo y no llenen con basura o programas de farándula a la gente.

5to sujeto Katya García: Yo opino que deben contratar profesionales en comunicación no a gente de cara bonita que venda más.





**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Robles Ortiz, Freddy Gabriel**, con C.C: # **0920803921** y **Haz Castillo Sally Justine**, con C.C: # **0803168632** autores del trabajo de titulación: **Alcance de las transmisiones vía *streaming* de los noticieros digitales Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA durante una semana regular de tráfico de noticias**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **2 de marzo del 2020**

f. _____

Nombre: **Robles Ortiz, Freddy Gabriel**

C.C: **0920803921**

f. _____

Nombre: **Haz Castillo, Sally Justine**

C.C: **0803168632**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Alcance de las transmisiones vía <i>streaming</i> de los noticieros digitales Última Hora Ecuador y Noticiero Digital UDLA durante una semana regular de tráfico de noticias.		
AUTOR(ES)	Freddy Gabriel, Robles Ortiz; Sally Justine, Haz Castillo		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Allen Javier Panchana Macay		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2 de marzo del 2020	No. DE PÁGINAS:	142
ÁREAS TEMÁTICAS:	Periodismo, medios digitales, información		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Televisión, noticieros tradicionales, medios nativos digitales, <i>streaming</i> , <i>online</i> , audiencia, redes sociales, Internet, nuevas plataformas informativas.		
RESUMEN/ABSTRACT:			
<p>Los noticieros en Ecuador han sido los encargados de mantener informada a la ciudadanía desde que la televisión llegó al país. Su supremacía como medio de comunicación es el resultado de una larga trayectoria que se forjó desde el siglo XX y que la mantiene en la actualidad. “Los años 50 han sido calificados por muchos analistas como aquellos del gran salto de la televisión en el mundo, puesto que entonces cuando los servicios regulares de televisión se extendieron gradualmente para las grandes urbes del mundo” (Alvarado, 2008, pág. 6).</p> <p>La tecnología avanza y esto influye directamente en la forma en la que se transmite la noticia y también en cómo las audiencias consumen estas noticias. Algunos noticieros migran a la nueva plataforma dominante que es Internet y otros medios de comunicación nacen de ella. Es por eso que el presente trabajo está enfocado en investigar y analizar a los noticieros nativos digitales y a los formatos periodísticos y estilos que usan para establecer si mantienen semejanzas y diferencias con los noticieros tradicionales. Las audiencias también se analizaron para conocer sus tendencias de consumo de noticias. Los noticieros que se analizaron fueron Última Hora Ecuador del canal digital Vito TVO y Noticiero Digital UDLA de UDLA Channel, canal que pertenece a la Universidad de las Américas. El bajo nivel de audiencia que posee cada canal en sus noticieros puede ser el resultado de usar un formato antiguo en una plataforma con una audiencia más joven y que está prefiriendo informarse por otros medios que son más breves e igual de efectivos para informar.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-990918781 +593-985521053	E-mail: freddy.gabriel16@hotmail.com E-mail: sallyhaz_025@hotmail.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: León Molina María Auxiliadora		
	Teléfono: +593-4-380 4600		
	E-mail: maria.leon10@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			