



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

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
COMUNICACIÓN 4.0 Y LA HIPERCONECTIVIDAD DE LAS
AUDIENCIAS EN LOS MEDIOS PRIVADOS ECUAVISA, EL
UNIVERSO Y RADIO SUCRE DE GUAYAQUIL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

RODRÍGUEZ CARRIEL LILIAN BEATRIZ

TINITANA JIMÉNEZ LUCIA JANETH

TUTOR:

AB. ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, PHD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	7
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	7
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	8
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN	11
1. Planteamiento del problema	12
1.1. Antecedentes del problema de investigación	12
1.2. Formulación del problema de investigación	14
1.3. Objetivos.....	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	14
1.4. Justificación de la investigación.....	15
1.5. Hipótesis	15
1.6. Variables.....	15
2. Marco teórico y conceptual	18
2.1. Conocimiento actual	18
2.1.1. Frecuencia de interacción con la audiencia.....	18
2.1.2. Facilidad de interacción con los contenidos.....	18
2.2. Fundamentación teórica y conceptual.....	19
2.3. Marco Legal.....	25
3. Marco metodológico	27
3.1. Enfoque de investigación.....	27
3.2. Tipo de investigación	27
3.3. Diseño de investigación	27
3.4. Alcance de la investigación	28
3.5. Operacionalización de las variables.....	29
3.6. Población, muestra y período de estudio.....	30
3.6.1. Población.....	30
3.6.2. Muestra.....	30
3.6.3. Periodo de estudio.....	30
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	31
3.7.1. Entrevista	31
3.7.2. Ficha de observación	31
4. Análisis de resultados	31
5. Discusión	35
5.1. Discusión de resultados de las entrevistas.....	35

5.2. Discusión de resultados de la observación	36
5 Conclusiones.....	37
6. Recomendaciones.....	38
Referencias bibliográficas.....	38
ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

3.5. Operacionalización de las variables	29
Instrumento: Guía de preguntas	32
Instrumento: Ficha de contenido	34

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

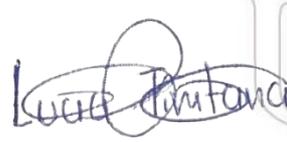
Quienes suscriben, **Rodríguez Carriel Lilian Beatriz** con C.I. **2450058157** y **Tinitana Jiménez Lucia Janeth** con C.I. **2400011116**, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: Comunicación 4.0 y la Hiperconectividad de las Audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, corresponde exclusiva responsabilidad de las autoras y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 18 de noviembre de 2024.

Atentamente,



Rodríguez Carriel Lilian Beatriz
C.I. 2450058157



Tinitana Jiménez Lucia Janeth
C.I. 2400011116

DEDICATORIA

Con gratitud, dedico este trabajo de investigación a Dios, quien ha sido mi fuente de fortaleza, guía y sabiduría en cada paso de mi vida.

Con mucho amor, a mi esposo Fernando Domínguez, mi compañero de vida, por su paciencia y constante apoyo que ha sido indispensable para alcanzar esta meta. A mi hija, Arleth, quien aún está por nacer y desde que supe de su existencia ha iluminado mi vida, inspirándome cada día a seguir adelante con determinación y esperanza.

A mis padres, Lilian Carriel y Marco Rodríguez, por ser mi ejemplo, por su amor inquebrantable y enseñarme valores que me han llevado a este camino del saber.

De igual manera a mis hermanos, Marcos y Cristhoper, por su compañía, aliento y recordarme el amor fraternal.

Y a las personas que de una u otra manera contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional con su confianza y palabras de ánimo.

Rodríguez Carriel Lilian Beatriz

Dedico con inmensa gratitud a mis guías espirituales, Dios y la Virgen del Cisne. De manera especial confiero este esfuerzo académico a quienes me dieron la vida, mis adorados padres José y Beatriz, por su fé inquebrantable en mis capacidades y el amor infinito que me demostraron cada día durante todos estos años de estudio. Mis tíos que de igual manera, me otorgaron todo su apoyo para continuar en mi camino profesional.

A mis queridos hermanos, Jacky, Sandro, Ana y Diego, les dedico este logro, gracias por ser mi impulso vital y mis leales compañeros de vida.

Con especial cariño, a mis mejores amigas Melanie, Priscila, Sandra y Meche cuya presencia y apoyo sincero marcaron cada etapa de mi vida, las amo.

Mis amados sobrinos, con sus enseñanzas y amor lograron que mejorará para bien y de todo corazón deseo felicidad plena en sus vidas.

Extiendo también esta dedicatoria a cada persona especial que ha cruzado mi camino, cooperaron en mi crecimiento profesional y personal.

Tinitana Jiménez Lucia Janeth

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero comenzar agradeciendo a Dios, su presencia constante me ha dado energía y determinación para superar obstáculos y alcanzar este logro académico. Extiendo un agradecimiento especial, al Dr., Arturo Clery, por su invaluable orientación y dedicación durante este proceso, sus conocimientos fueron fundamentales para el desarrollo y culminación de este trabajo de investigación.

A mi compañero de aula, David, por su apoyo en las actividades académicas, su disposición de colaboración hizo este trayecto una experiencia más llevadera y enriquecedora.

De manera especial, quiero agradecer a mi mejor amiga y compañera de tesis, Lucía Tinitana, desde el primer día de universidad, su amistad es un privilegio que siempre valoraré han sido fuente constante de motivación y fortaleza en este camino.

Gracias a todos por ser parte de este logro.

Rodríguez Carriel Lilian Beatriz

Quisiera comenzar agradeciendo a Dios por concederme la resistencia necesaria en esta travesía académica. Mi más profundo agradecimiento va dirigido al Dr. Arturo Clery cuya tutoría ha sido excepcional, caracterizada por su inagotable paciencia y vasto conocimiento, junto con su confianza en mis capacidades desde el principio ha sido invaluable.

Al master Jorge Vélez con su inmensa ayuda y apoyo consiguió que no desistiera en momentos de angustia.

A mis compañeros universitarios David, José y George, estaré eternamente agradecida por llenar este camino de risas, mostrarme su cariño y atención durante períodos de incertidumbre.

De igual manera, quiero reconocer a Lilian, mi aliada y mejor amiga, quien como compañera de tesis se convirtió en mi apoyo emocional, brindándome constante motivación en cada paso de esta extraordinaria aventura académica que vivimos juntas.

Tinitana Jiménez Lucia Janeth



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Gestión Social y Desarrollo

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 18 de noviembre del 2024

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

En su despacho. -

En calidad de tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que la estudiante **Rodríguez Carriel Lilian Beatriz** con cédula de ciudadanía N° **2450058157** y **Tinitana Jiménez Lucia Janeth** con cédula de ciudadanía N° **2400011116**, han cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Comunicación 4.0 y la Hiperconectividad de las Audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

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

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de las autoras, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

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

Atentamente,

ARTURO
GUILLERMO CLERY
AGUIRRE

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020224004204,
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION,
o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
Versión de Adobe Acrobat Reader: 2024.004.20272

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.
DOCENTE TUTOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado
digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

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

Lcda. Vilma Maribel García González, Mgtr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Ab. Arturo Clery, PhD.
**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Lilian Beatriz Rodríguez Carriel
ESTUDIANTE

Lucia Janeth Tinitana Jiménez
ESTUDIANTE

Comunicación 4.0 y la Hiperconectividad de las Audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil

Rodríguez Carriel Lilian Beatriz

Código Orcid 0000-0002-1349-6792

Timitana Jiménez Lucia Janeth

Código Orcid 0000-0001-8332-4382

Universidad Estatal Península de Santa Elena

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se titula comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil. Así mismo se planteó como objetivo general investigar la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados de Guayaquil, para conocer las necesidades e intereses del público en a era digital. Se aplicó una metodología con enfoque cualitativo para comprender y conocer la opinión de los expertos entrevistados en el que afirman que nuestras variables investigadas tienen acceso a una amplia variedad de opciones para así obtener información, por el ascenso vertiginosos de las alternativas de consumo y producción informativa, finalmente, los medios han tenido avances significativos en el desarrollo de herramientas y estrategias que garantizan un acceso correcto a la información que presentan cada día.

Palabras Clave: *Comunicación 4.0, medios, información, producción, hiperconectividad*

Communication 4.0 and Hyperconnectivity in private media Ecuavisa, El Universo and Radio Sucre of Guayaquil

ABSTRACT

This research project is entitled Communication 4.0 and the hyperconnectivity of audiences in the private media Ecuavisa, El Universo and Radio Sucre in Guayaquil. The general objective was to investigate communication 4.0 and the hyperconnectivity of audiences in the private media in Guayaquil, in order to understand the needs and interests of the public in the digital era. A methodology with a qualitative approach was applied to understand and know the opinion of the experts interviewed in which they affirm that our researched variables have access to a wide variety of options to obtain information, due to the vertiginous rise of the alternatives of consumption and informative production, finally, the media have had significant advances in the development of tools and strategies that guarantee a correct access to the information that they present every day.

Keywords: *Communication 4.0, needs, media, information, information, production, hyperconnectivity*

INTRODUCCIÓN

Debido a la interconexión global y la adaptación masiva a tecnologías digitales, la comunicación en la era digital ha experimentado transformaciones significativas. La comunicación 4.0 se diferencia por su enfoque bidireccional, inmersión en entornos digitales y la hiperconectividad de las audiencias por el proceso informativo y una correcta verificación de datos, los medios privados de Guayaquil juegan un papel importante en la resolución de las necesidades e interés del público.

Se han observado importantes cambios en la forma que las personas se comunicaron, incluyendo así antecedentes del problema a nivel local, nacional e internacional. La brecha digital, democratización de la información y habilidades digitales son temas primordiales por su impacto en la comunicación actual. Por lo tanto, el objetivo del proyecto es investigar la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil.

Conociendo de manera mas profunda nuestro objetivo que es el siguiente, investigar la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios antes mencionados, así como las limitaciones que se derivan de la brecha digital para conocer las necesidades e interés del público en una era digitalizada, se analiza la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados de Guayaquil, evaluando la audiencia hiperconectada en dichos medios, identificando las prácticas implementadas como una mejor interacción en la página web para superar los desafíos de la comunicación 4.0, estableciendo y proponiendo recomendaciones que logren mejorar la comunicación en este contexto. Dentro de la fundamentación teórica y conceptual de este estudio se explorarán conceptos claves y fundamentales como las habilidades digitales, comunicación bidireccional, comunicación inmersiva, herramientas colaborativas, la verificación de información y responsabilidad digital.

Además, se analizará el proceso informativo de las audiencias en la era digital, en el marco metodológico se puede abordar estos objetivos, utilizando un enfoque cualitativo, donde se emplearon técnicas como encuestas y fichas de observación.

El diseño de investigación fue no experimental porque no existieron cambios en las variables, se consideró la operacionalización de las variables, selección de población y muestra. Este proyecto se constituye previo a la finalización/obtención del título de tercer nivel.

1. Planteamiento del problema

En la era moderna de la tecnología, la comunicación 4.0 y la hiperconectividad han transformado la manera en que los medios privados de Guayaquil, como Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre interactúan con los usuarios de sus páginas web. La comunicación 4.0, emplea tecnologías sofisticadas como la inteligencia artificial e Internet de las cosas, permitieron una comunicación personalizada y efectiva.

La hiperconectividad ha resultado en audiencias mejores informadas y exigentes que buscan contenidos relevantes y en tiempo real. Sin embargo esta transformación plantea desafíos representativos para los medios, por el hecho que deben adaptarse rápidamente a las nuevas tecnologías y hábitos de consumo para mantenerse competitivos en el mercado de la comunicación.

Es importante y crucial investigar como las nuevas tendencias, ya sea en mensajería o procesos informativos, están influyendo en el funcionamiento y estrategias de los medios Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre.

1.1. Antecedentes del problema de investigación

En el ámbito internacional, según Scolari (2008) en su libro *“Posmediación: Reflexiones sobre el cambio del paradigma en la era de la hiperconectividad”* examina y explica el cambio de paradigmas de comunicación durante la era digital, en la que contamos con públicos y usuarios que se han vuelto participativos y activos en todo tipo de información, modificando los roles convencionales de los medios de comunicación

La convergencia tecnológica y la hiperconectividad de las audiencias han tenido un impacto significativo en el espacio mediático, especialmente en los medios privados en el dinámico panorama de la comunicación actual. Tres medios de comunicación, importantes en la ciudad de Guayaquil, Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre están presentes en este entorno lleno de oportunidades que a su vez se ha considerado un entorno difícil de abordar por completo.

La proliferación de las tecnologías digitales e interacción constante entre los usuarios han llevado a la comunicación 4.0 a redefinir la manera en que se consume, produce y comparte información. La hiperconectividad ha provocado un flujo constante de datos y contenidos a través de las plataformas digitales, los medios de comunicación tienen oportunidades y así mismo, enfrentan desafíos con este nuevo paradigma.

Las evoluciones tecnológicas que se han experimentado han modificado a empresas y profesionales que han desempeñado tareas de producción comunicacional a lo largo de las décadas, enfrentando durante todo ese tiempo, los retos establecidos. Pérez (2023) define que “Los medios, desde la prensa a plataformas digitales, se consideran sucesores que aparecieron a lo largo de los siglos, por esto desarrollan sus actividades por medio de numerosos instrumentos de producción, canales de difusión que también experimentaron continuos cambios tecnológicos”. El papel de informar, entretener y educar convierte a los medios en representantes privilegiados de la realidad social y también como intermediaron de los hechos sociales.

En Ecuador unos de los principales desafíos que enfrentan los medios privados como Ecuavisa, El Universo y Radios Sucre es el riesgo de descontextualización de los mensajes. Ocaña Morales y otros (2022) mencionan que “La abundancia de información y la rápida difusión de contenidos a través de las redes sociales pueden llevar a una mala interpretación de los mensajes y descontextualizarlos”. Esto se debe, en parte, a la fragmentada y superficialidad de la información que circula en medios digitales, donde la brevedad e impacto visual suelen anteponerse ante el análisis y revisión a profundidad.

Sánchez y García (2020) añaden que “La hiperconectividad también contribuye a la difusión de noticias falsas y desinformación, lo que supone un grave riesgo para la credibilidad de los medios y la sociedad en general”. A pesar de los retos establecidos, la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias también esta presente como importante social a nivel internacional, nacional y local. A nivel mundial, estos cambios han transformado la forma en que las personas se comunican e interactúan entre sí, consiguiendo un impacto significativo en la sociedad. La hiperconectividad ha permitido a las personas acceder a información y recursos de todo el mundo, lo que contribuye al desarrollo social, y por supuesto comunicacional.

La comunicación 4.0 y la hiperconectividad lograron un impacto mediático en Ecuador, con el surgimiento de nuevos medios y la migración a plataformas digitales de los medios tradicionales, han conseguido que las audiencias ecuatorianas indaguen nuevas maneras de participar en el ámbito comunicacional.

A nivel local, en Guayaquil la comunicación 4.0 y la hiperconectividad han transformado la manera en que las personas se informan y consumen las noticias. Los medios

privados como Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre debieron adaptarse a dichos cambios para mantener la relevancia y atención de sus audiencias.

En este contexto desafiante y dinámico, los medios privados de Guayaquil tienen la responsabilidad de comprender y entender la nueva realidad en el campo comunicacional y así adoptar estrategias con las cuales puedan adaptarse a las necesidades y expectativas de sus audiencias en la era de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad. Esto implica fortalecer la calidad de contenidos, diversificar la distribución de la información, fomentar la interacción con los usuarios y promover el consumo responsable de noticias, solo así podrán seguir siendo referentes informativos confiables y relevantes en la sociedad guayaquileña y ecuatoriana.

1.2. Formulación del problema de investigación

¿Cómo influye la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados de Guayaquil?

Preguntas de investigación

- ¿De qué manera la comunicación 4.0 afecta las limitaciones asociadas con la brecha digital?
- ¿La hiperconectividad de las audiencias de estos medios podría influir en las prácticas comunicacionales implementadas?
- ¿Qué recomendaciones se pueden plantear para que estos medios puedan superar los desafíos de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

Investigar la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados de Guayaquil Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de la ciudad de Guayaquil, entendiendo las necesidades e intereses del público en la era digital.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Analizar la comunicación 4.0 para averiguar las limitaciones asociadas con la brecha digital.
- Comparar la hiperconectividad de las audiencias de estos medios para conocer las prácticas implementadas

- Plantear recomendaciones para que estos medios puedan superar los desafíos de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias.

1.4. Justificación de la investigación.

El presente tema de investigación quiere dar a conocer como la comunicacion4.0 y la hiperconectividad de las audiencias está transformando la manera en que distribuye, crea y consume noticias y reportajes por la brecha digital y es esencial para abordar cuestiones como la desinformación, privacidad y manipulación.

Este proyecto es pertinente porque la comunicación 4.0 ha cambiado los medios, y a su vez, la hiperconectividad de las audiencias, crea tendencias emergentes con respecto a la cantidad y calidad de información que transita en la web.

La relevancia de este proyecto radica en investigar como la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias actúa en los medios actuales y la recepción de estos ante la velocidad de recepción de información. El beneficio de este proyecto es que las audiencias de los medios pueden comparar la calidad de información, lo que aumenta la relevancia y compromiso. Como resultado los medios Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre pueden tener una mejor perspectiva de sus audiencias y mejorar el contenido que presentan en sus páginas web.

1.5. Hipótesis

En Guayaquil, la presencia de una comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados de Guayaquil: Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, han permitido conocer las necesidades e intereses del público en la era digital.

1.6. Variables

Comunicación 4.0

La comunicación 4.0, como primera variable de estudio; se utiliza para describir la comunicación en la era de la hiperconectividad, donde las personas, objetos y máquinas se conectan entre sí a través de internet. Según Zambrano (2019) “La comunicación 4.0 es considerada una fuerza transformadora que ha cambiado la manera en que se consume, produce y prepara el periodismo, presentando así, oportunidades y desafíos para las profesionales en comunicación y carreras afines”. El aporte que viene de la comunicación 4.0 se presenta como una oportunidad ventajosa que ayudaría a mejorar el enlace en el entorno comunicacional, ofreciendo desafíos para los profesionales de esta rama, por ello, es

fundamental que los desafíos mencionados como la brecha digital sean abordados para certificar el uso responsable en el campo comunicacional.

De las características de la comunicación 4.0 se plantea que es un entorno con cambios constantes y se debe estar al corriente y actualizados en cuanto a canales digitales y tecnología se refiere. Yuste (2022) manifiesta que “Analizando y procesando el lenguaje natural son algunos de los retos que enfrenta la comunicación 4.0 para conseguir un verdadero significado a los datos que se puede acceder, de manera que se optimice la relación entre medios y usuarios”. El aporte de este autor nos ayuda a comprender la importancia de los aspectos relacionados con la privacidad, transformando a los usuarios de receptores a participantes activos en el intercambio y creación de información, además del uso responsable de la tecnología, lucha contra la desinformación y promoción de una comunicación diversa.

Hiperconectividad de las audiencias

La hiperconectividad de las audiencias, es un fenómeno con cierta dificultad y una variedad de impactos en empresas y organizaciones que buscan comprender y llegar a las audiencias en la era digital. Douglas (2019) expresa que:

En la actualidad estamos sumergidos en un entorno tecnológico omnipresente, donde los individuos mantienen una conexión sin interrupciones mediante una amplia gama de dominios virtuales que ha propiciado la aparición de modelos innovadores en cuanto a la asimilación de contenidos informativos, modos de involucración en distintos ámbitos y dinámicas de interrelación comunicacional.

Se llega a la inferencia de cuadro con el autor que la hiperconectividad obliga a medios y organizaciones a modificar sus métodos de comunicación con las audiencias, adaptándose a los cambiantes patrones de consumo e interacción digital y así seguir siendo eficaces y pertinentes en el contexto digital actual.

Una correcta verificación de datos ayuda a determinar las perspectivas y comunica una actitud receptiva, reuniendo información en conversaciones en situaciones formales e informales. Según Rubio y Poza (2020):

El desafío de la verificación de información en las redes se presenta en la dificultad para identificar contenido engañoso por la rápida difusión de información que existe

en la actualidad en distintas plataformas, por eso la necesidad de estrategias de verificación de datos adaptados a los medios.

De acuerdo con los autores, el aporte a nuestra investigación es de gran ayuda porque en los últimos años ha aumentado la desinformación en línea, desde las guías prácticas hasta la verificación de datos en el contexto comunicacional.

2. Marco teórico y conceptual

2.1. Conocimiento actual

El estudio de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias se ha incrementado de manera exponencial en los últimos años, en trabajos e investigaciones anterior se señalan las transformaciones significativas que las tecnologías digitales han generado en los medios y como se ha establecido más la conexión entre medio y audiencia.

En el contexto ecuatoriano, se han recolectado estudios puntuales en como se ha incrementado la implementación de tecnologías en medios convencionales. A pesar de esto, se presentan brechas respecto a investigaciones que necesitan ser estudiadas a profundidad en cuanto a sencillez y regularidad se refiere, para conocer bien la interacción de la audiencia en los medios privados.

2.1.1. Frecuencia de interacción con la audiencia

La interacción con la audiencia para los tres medios es de gran importancia, ya que deben mantener una conexión directa con el público, es así como González y otros (2020) citan a Perilla y Zapata (2009), y mencionan que:

La interacción con la audiencia es generalmente equivalente a dejar claras las conexiones y su utilidad entre audiencias, grupos y grandes empresas, fomentando así métodos que promuevan la participación democrática sin coerción e identificar los significados que surgen en las relaciones que contribuyen a la transformación en la comunicación.

Es así como los medios de comunicación actúan como un puente con la audiencia según lo expuesto por los autores, esta práctica no solo permite conocer las necesidades del público, más bien incentiva la democracia y a una construcción mas justa y equitativa de información por eso es fundamental que los expertos en comunicación sigan explorando nuevas formas de interacción y diálogo con las audiencias.

2.1.2. Facilidad de interacción con los contenidos

Los tres medios reconocen la importancia de los medios y formatos digitales en esta nueva era, la comunicación 4.0 mantiene una presencia activa en plataformas como X, Instagram, Facebook y páginas web. A través de estos, se puede interactuar directamente con su audiencia, compartir contenido inédito, realizar transmisiones y fomentar la participación de los usuarios mediante encuesta y llamados a la acción. Según Escalada (2018):

La aparición de nuevas tecnologías ha provocado cambios en los modelos tradicionales de comunicación, los usuarios o consumidores de información, son ahora receptores pasivos

de la comunicación, convirtiéndose también en emisores de las nuevas tecnologías de la información, a través de los que difunden los mensajes basándose en lo que ven y escuchan”.

2.2. Fundamentación teórica y conceptual

La comunicación 4.0, como primera variable de estudio; es utilizada para describir la comunicación en la era de la hiperconectividad. según Sánchez (2020):

La llegada del internet a la vida de las personas ha posibilitado a los usuarios de compartir sus ideas y opiniones en su comunidad, consiguiendo impactar la vida de otros, conociendo la comunicación 4.0, obligó a los medios a replantear como se relacionan con el público y como entregan la información que consiguen, entregando interés y buenas experiencias comunicativas.

Lo expuesto por la autora coloca a la comunicación 4.0 como una oportunidad significativa para mejorar la conexión en el campo comunicacional, ofreciendo al periodismo retos y desafíos que deben afrontar los comunicadores de esta era para garantizar el uso responsable.

Como una de las características de la variable independiente, señala que es un campo en rápida evolución, por eso es importante estar al día con las últimas tendencias. Corzo y Álvarez (2020) consideran “la comunicación 4.0 como característica principal la interactividad porque los usuarios no solo reciben información porque también pueden participar activamente en la comunicación para generar diálogos fluidos y una retroalimentación”. El aporte de los autores nos permite comprender la importante de mantener una participación recurrente en la creación e intercambio de información como la promoción de la diversidad en los medios.

La comunicación bidireccional como una de las primeras dimensiones de trabajo de investigación, es una comunicación recíproca en interactiva en el cual los participantes comparten información, ideas de manera clara y constante. Según Tuñez y otros (2018) “La comunicación bidireccional es un diálogo dinámico que permite a usuarios intercambiar ideas e inquietudes para construir relaciones y lograr objetivos comunes, reconociendo la importancia de la escucha activa, comprensión y buen feedback para obtener una comunicación bidireccional correcta”. Es así como el aporte de este libro nos ayuda a entender como la comunicación bidireccional ha logrado que la sociedad tenga una

retroalimentación y llegue a ser partícipe de temas importantes, fundamentando también ser empáticos, para mejorar y fortalecer las relaciones e ideas.

Como característica de la primera dimensión se conoce que, la comunicación bidireccional es esencial para los humanos porque impulsa nuestra evolución y conocimiento permitiéndonos ser más sociables. En varios aspectos de la vida, es primordial contar con esta habilidad para lograr un mejor desenvolvimiento en un mundo lleno de mensajes. Ayala (2001) en su artículo *“Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación”*, nos dice que “la comunicación es el ambiente en donde los usuarios no solo emiten y reciben mensajes, también se vuelven partícipes de ambas acciones, generando más contenido y una prolongada participación”. En síntesis, el texto destaca la importancia de la comunicación bidireccional, en cual indica que las personas se han vuelto prosumidores ya que emiten, reciben y crean nuevos mensajes, consiguiendo una interacción entre interlocutores que pueden generar mayor contenido comunicativo.

Las habilidades digitales como segunda dimensión es la capacidad de una persona es la capacidad de una persona para usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de manera efectiva y responsable. Según la UNESCO (2024): “La capacidad de las personas en el uso de las habilidades digitales para una participación crítica y responsable en la sociedad global. Estas habilidades incluyen la alfabetización mediática, la interculturalidad, la ética digital y la participación ciudadana en línea”. Tras el análisis expuesto por el autor el aporte a nuestro proyecto es significativo porque las habilidades digitales son esenciales para el éxito individual y colectivo en el mundo digital, como un desafío continuo que requiere un esfuerzo en el entorno comunicacional, además de la comprensión intercultural, la ética en el entorno digital y la participación consciente en la sociedad global a través de internet.

Las habilidades digitales son competencias y conocimientos necesarios para utilizar eficazmente las herramientas tecnológicas en el ámbito personal y profesional, estas habilidades incluyen la alfabetización informacional, la comunicación digital, la creación de contenido y la ciberseguridad. Martin (2008) y Thomson (2014) expresan que:

El término estudiado se refiere a una perspectiva multidimensional que incluye la cognición humana, las actitudes y la capacidad de utilizar herramientas y recursos digitales para percibir, negociar, evaluar, analizar, sintetizar y acceder a los recursos digitales para generar conocimiento, crear contenido multimedia, comunicarse con

otros y aplicar habilidades clave en un contexto virtual para tomar acciones sociales constructivas.

De acuerdo con el estudio, es así como abarcan la capacidad de utilizar herramientas y recursos digitales para construir conocimiento implicando reconocer, acceder, negociar, evaluar y analizar información de manera efectiva, contribuyendo así a acciones sociales constructiva, además de que abarca desde el pensamiento crítico hasta la creación de contenido y la comunicación en entornos virtuales.

La comunicación intercultural nos ayuda a entender mejor las diferencias culturales y a desarrollar las habilidades necesarias para comunicarnos de manera efectiva con personas de otras culturas. Según Johnson (2023): “El gran impacto de las tecnologías digitales en la comunicación intercultural, cómo las redes sociales, las plataformas de mensajería instantánea y otras herramientas digitales están transformando la forma como las personas de otras culturas se logran comunicar”. A partir del análisis correspondiente del autor cabe mencionar que la contribución del autor en nuestra investigación es importante porque la comunicación intercultural es un tema de gran relevancia en un mundo cada vez más globalizado e interconectado, enfocándose en explorar su aplicación en diversos contextos, como las organizaciones multinacionales, la mediación de conflictos y la era digital.

La comunicación intercultural implica interactuar con personas de diferentes orígenes culturales, más allá del lenguaje, ya que gran parte de esta comunicación es no verbal y en un mundo globalizado, conseguir adaptarnos y así comprender las culturales es importante. Grimson (2001) expresa que: "La comunicación intercultural es una forma de construir relaciones cotidianas y comunicar diferencias desde perspectivas y configuraciones interculturales, por lo que lograr este tipo de comunicación con éxito conlleva algunos desafíos". De acuerdo con la cita de este autor se infiere que es fundamental establecer relaciones cotidianas y abordar las diferencias en la perspectiva intercultural, es así como se logra una comunicación efectiva puede ser complicado por las barreras lingüísticas y culturales, por eso se debe adaptar a estas complejidades fomentando una comunicación efectiva entre personas de diferentes culturas.

La comunicación inmersiva es el tipo de comunicación que utiliza tecnologías y estrategias para crear una experiencia que envuelve y atrapa a la audiencia Según Schroeder (2019) “una forma de comunicación que se distingue por la utilización de tecnologías que permiten a los usuarios sentirse presentes en un espacio digital simulado”. Tras un análisis

del autor se concluye que el aporte del artículo a nuestra investigación nos ayuda a comprender el surgimiento de la comunicación inmersiva como un campo de investigación y práctica en rápido crecimiento para abarcar diversos campos, por ejemplo, el marketing hasta la colaboración virtual y la ética digital.

En la comunicación inmersiva es esencial considerar previamente diferentes grupos de interlocutores y capacidades potenciales, también debe ofrecer distintos tipos de interacción basados en un imaginario potencial desarrollado con la innovación. Según Pérez (2023) “El periodismo inmersivo es la producción y cocreación de programas y formatos de manera que ayude a los internautas a vivir las noticias en primera persona, consiguiendo una mejor experiencia”. De este modo, retomando las ideas expuestas se puede concluir que, para lograr un diseño efectivo de comunicación inmersiva, es esencial considerar previamente diferentes grupos de interlocutores, actores y capacidades potenciales. Además, se deben ofrecer diversas formas de interacción basadas en un imaginario potencial desarrollado con innovación.

Martínez, Díaz, Arnedo, Sáenz (2020) en su trabajo *“Herramientas colaborativas y sus efectos en el aprendizaje; percepciones del uso de herramientas en estudiantes de posgrado del SUV”* explican lo siguiente: “Las herramientas colaborativas promueven la discusión y la colaboración entre personas que colaboran con sus propias habilidades para lograr una mayor comprensión”. Tras el análisis del texto del autor se concluye que la contribución del artículo a nuestra investigación ayuda a comprender la aplicación de estas herramientas y cómo se amplían para abarcar aspectos, en especial, en comunicación, para alcanzar objetivos comunes en proyectos de mayor alcance.

Las herramientas colaborativas son esenciales para facilitar una colaboración en equipo tanto a proveedores y clientes, además, ofrecer distintos tipos de interacción basados en un imaginario potencial desarrollando su innovación. Desde el punto de vista de Suntaxi (2023) afirma que “es necesario estudiar las posturas de aquellos que emplearán las herramientas colaborativas y que, antes de hacer uso de dichas herramientas, es recomendable tener en cuenta ciertos aspectos como nivel de sincronización, interactividad, entre otros”. Por estas razones y de examinar el texto, para conseguir una implementación eficaz de las herramientas colaborativas, es importante conocer la actitud de los públicos antes de instruir o enseñar el uso de estas herramientas, obteniendo respuestas afirmativas en su utilización, y de esta manera optimizar los trabajos conociendo su correcta utilidad.

El fenómeno de la hiperconectividad de las audiencias ha causado una variedad de impactos y presenta una serie de efectos en organizaciones y empresas, que intentan entender como acceder a los públicos en este era digital, como opina Hernández (2021):

El estado de encontrarse inmerso en un ambiente digital en el que las personas están continuamente interconectadas gracias a una pluralidad de plataformas, canales y dispositivos, que han generado nuevos métodos de consumo de interacción, participación y sobre todo, de información.

Se llega a la inferencia de acuerdo con el autor que la hiperconectividad obliga a las empresas y organizaciones a modificar sus métodos de comunicación con las audiencias, adaptándose a los cambiantes patrones de consumo e interacción en línea para seguir siendo pertinentes y eficaces en el contexto digital actual.

Una correcta verificación de datos ayuda a determinar las perspectivas y comunica una actitud receptiva, reuniendo información en conversaciones en situaciones formales e informales. Según Gómez y López (2024) “El periodista desempeña en la actualidad un papel determinante en la neutralización de la desinformación pese a que, con frecuencia se vea desbordado por la dificultad que entrañan las tareas de verificación.”

De acuerdo con los autores, el aporte a nuestra investigación es de gran ayuda porque en los últimos años ha aumentado la desinformación en línea, desde las guías prácticas hasta la verificación de datos, lucha contra la desinformación y su relevancia en el contexto de la comunicación.

Como definición, la democratización de la información se erige como un movimiento social y político que lucha por un acceso equitativo a la información y el conocimiento para todas las personas, sin importar su condición socioeconómica, ubicación geográfica, género, edad o cualquier otra característica personal. Alfaro (2023) considera que:

Las dinámicas de publicación están cambiando rápidamente con la evolución de las tecnologías y las posibilidades que el acceso abierto ofrece; por tanto, investigar las motivaciones posibilita identificar cómo estas tendencias influyen en el acceso y democratización de la información en la sociedad.

Así, esta definición busca eliminar barreras que impiden a personas o grupos de personas acceder a información concreta, así se promueve una sociedad más justa y democrática, además de empoderar a las personas mediante conocimiento, permitiéndoles

tomar decisiones fundamentadas, participar en la sociedad y contribuir al desarrollo colectivo.

Una característica de la democratización de la información busca que las ideas, opiniones, diversidad cultural, conocimiento y educación sean accesibles en cualquier lugar y en todo momento para todas las personas. Cabral (2020) señala que:

El proceso de democratización de la información se encuentra estrechamente vinculado a la libertad de expresión e información. En esta situación, los medios alternativos de comunicación juegan un papel fundamental en la sociedad, ya que se presentan mediante diversos formatos en los que puedan transmitir información de manera exacta y clara, también, innovando para poder alcanzar las metas planteadas a una población y esta sea comprendida de forma rápida y sencilla por la mayoría de los ciudadanos.

Es así como la democratización de la información busca que la información esté al alcance de todas las personas, por ejemplos, noticias, a través de páginas web, de esta manera busca ideas, opiniones, diversidad cultural, conocimiento y educación accesibles.

La responsabilidad digital una de sus características se refiere al uso ético, seguro y consciente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en todos los aspectos de la vida. Según Sanz y Fernández (2021):

La formación en responsabilidad digital que reciben los profesionales de la información y la documentación en España. Los resultados del estudio muestran que existe una necesidad de fortalecer la formación en esta área, especialmente en lo que respecta a los aspectos éticos y legales del uso de las TIC.

En relación con el aporte de los autores a nuestro trabajo de investigación es poder comprender la responsabilidad de uso de los principios éticos y normativas legales en el uso de las TIC en el manejo correcto de la información. Al hacerlo, podemos crear un mundo digital más seguro, positivo y productivo, además de su comprensión para todos.

El proceso informativo de las audiencias se refiere a buscar, seleccionar, interpretar y evaluar información, no es lineal ni pasivo, sino que está influenciado por una serie de factores, como el contexto social y cultural, y las características del mensaje. Según Negrodo y Varas (2023):

La mayoría de los ciudadanos, las noticias son la principal fuente de información sobre los asuntos públicos que les interesan, las noticias ayudan a los ciudadanos a participar en la esfera pública y contribuyen a satisfacer su necesidad de orientación y comprensión de su sociedad, a través de la selección informativa o gatekeeping y la interpretación de diferentes eventos que forman parte de la agenda de los medios de comunicación. Como los ciudadanos no disponen de los recursos, del tiempo ni de la experiencia para verificar si los hechos son verdaderos o no, la confianza en los medios es un mecanismo esencial en la relación establecida entre las empresas de noticias y los ciudadanos.

En relación con el aporte de los autores, se puede concluir que el proceso informativo de las audiencias es dinámico y multifacético, influenciado por factores como el contexto social y cultural, y las características del mensaje y los factores clave en la búsqueda de información en Internet son la necesidad de información, siendo esenciales para entender cómo las audiencias interactúan con los contenidos digitales en un entorno hiperconectada.

2.3. Marco Legal

Ley Orgánica de Comunicación (2019):

Sección Segunda

Medios de comunicación privados

Art. 84.- Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios comerciales de divulgación o intercambio de contenidos, de su propia creación o provistas por terceros, a través de diversas plataformas tecnológicas de comunicación.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2015):

Redes privadas de telecomunicaciones

Artículo 13.- Las redes privadas son aquellas utilizadas por personas naturales o jurídicas en su exclusivo beneficio, con el propósito de conectar distintas instalaciones de su propiedad o bajo su control. Su operación requiere de un registro realizado ante la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones y en caso de requerir de uso de frecuencias del espectro radioeléctrico, del título habilitante respectivo. Las redes privadas están destinadas a satisfacer las necesidades propias de su titular, lo que excluye la prestación de estos servicios a terceros. La conexión de redes privadas se sujetará a la normativa que se emita para tal fin.

La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones regulará el establecimiento y uso de redes privadas de telecomunicaciones.

3. Marco metodológico

3.1. Enfoque de investigación.

El enfoque de investigación es cualitativo, dado que se erige como un paradigma investigativo que aspira a desentrañar en detalle las apreciaciones enmarcadas en sus respectivos entornos socioculturales, la explicación que da Acosta (2023) es:

El estudio cualitativo parte del supuesto de que la realidad es subjetiva, dinámica y está compuesta por varias situaciones; realiza un estudio profundo y reflexivo de los significados inter e intra subjetivos que componen la realidad estudiada, a pesar de dichas interpretaciones de la realidad, la investigación cualitativa es tan científica, ya que va más allá de la interpretación o la opinión del investigador.

De acuerdo con la teoría, el enfoque cualitativo estuvo determinado en el estudio de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias; particularmente se realizó entrevista y fichas de observación en el presente trabajo, obteniendo resultados con una visión más precisas y mayor profundidad para el tema abordado.

3.2. Tipo de investigación

La investigación es de tipo exploratoria. Según Bernal y otros (2014) “La investigación exploratoria no pretende dar explicaciones respecto al objeto de estudio, sino recopilar información e identificar antecedentes generales, ubicando aspectos relevantes, como tendencias y una potencial relación entre variables que serán examinadas a profundidad en futura investigaciones”. En este sentido, el tipo de investigación seleccionado permitió una indagación más completa acerca de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre estableciendo también una visión general, detallada y precisa de cada variable y dimensiones del presente estudio.

3.3. Diseño de investigación

La investigación no experimental es un tipo de pesquisa que no saca sus conclusiones definitivas ni datos de trabajo mediante acciones y reacciones reproducibles en un entorno controlado para obtener resultados interpretables, mediante experimentos. García González y Sánchez Sánchez (2020) explican que:

En este enfoque, no se manipula la variable independiente, por el hecho de que nos basamos en la observación o interpretación para llegar a conclusiones, porque se

busca comprender el comportamiento sin manipular la realidad, se utiliza el diseño observacional, también conocido como no experimental.

A diferencia de la investigación experimental, donde las variables se mantienen constantes, la investigación no experimental se realiza cuando el investigador no puede controlar, manipular o alterar a los sujetos. De esta manera se va a observar a las variables y las dimensiones tal y como se muestran en el contexto comunicacional.

3.4. Alcance de la investigación

Estos se refieren a los límites o extensión de una investigación, siendo fundamentales para definir claramente los objetivos, las preguntas, los participantes, la metodología y las variables involucradas en una investigación, los alcances de una investigación a los niveles de contenido empírico y teórico que se adquiere en un estudio; con cada tipo de alcance, diferentes niveles de conocimientos consultados previamente y con disponibilidad para la consulta, con el fin de proteger, resguardar y amparar la perspectiva teórica del estudio, en conjunto con los objetivos de la investigación.

El objetivo de esta tesis es investigar la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias y su comportamiento, así mismo, conocer las necesidades e intereses que presentan los medios privados de Guayaquil, como son Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, teniendo en cuenta que la tecnología es una herramienta fundamental en esta época para mantenerse informados.

3.5.Operacionalización de las variables

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Preguntas
Variable 1: Comunicación 4.0	Zambrano (2019) “La comunicación 4.0 es una fuerza transformadora que está cambiando la forma en que se produce, consume y distribuye el periodismo, lo que presenta desafíos y oportunidades para los profesionales de la comunicación”	Comunicación Bidireccional Habilidades Digitales Comunicación Intercultural Comunicación Inmersiva Herramientas colaborativas	<ul style="list-style-type: none"> - ¿La comunicación 4.0 permite minimizar la comunicación bidireccional de la audiencia de los medios Ecuavisa y El Universo? - ¿La comunicación 4.0 ha cambiado el uso de las habilidades digitales de las audiencias del medio televisivo Ecuavisa y medio digital El Universo? - ¿Considera que la comunicación 4.0 ha facilitado una mayor comprensión en la comunicación intercultural del medio televisivo Ecuavisa y medio digital El Universo? - ¿En la era de la comunicación 4.0 cree que ha mejorado la comunicación inmersiva en el medio televisivo Ecuavisa y medio digital El Universo? - ¿En la era de la comunicación 4.0, las herramientas colaborativas han sido de utilidad para interactuar en el medio televisivo Ecuavisa y medio digital El Universo?
Variable 2: Hiperconectividad de las audiencias	Orozco (2023) La condición de estar inmerso en un ecosistema digital donde las personas están constantemente conectadas a través de una variedad de dispositivos y plataformas, lo que da como resultado nuevas formas de consumo.	Verificación De Información Interacción Del Usuario Democratización De La Información Responsabilidad digital Proceso informativo de las audiencias	<ul style="list-style-type: none"> - ¿La hiperconectividad de las audiencias se ha visto afectada en el momento de la verificación de información en los medios? - ¿La hiperconectividad de las audiencias ha contribuido a la democratización de la información en los medios? - ¿Como audiencia hiperconectada, cree que ha cambiado el proceso informativo para las audiencias en la búsqueda de información en los medios? - ¿Considera que la hiperconectividad de las audiencias ha sido un impedimento para la interacción del usuario en los medios? - ¿Cómo audiencia hiperconectada cree que existe una conciencia sobre la responsabilidad digital en los medios?

3.6.Población, muestra y período de estudio

Uno de los principales objetivos fue analizar la conducta de los usuarios de los medios digitales Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre dentro del contexto de la comunicación 4.0. Para este propósito, se eligió grupo de estudio a todas las personas que se relacionan con las plataformas digitales de estos medios. Para realizar este estudio, se llevaron a cabo entrevistas a expertos del sector y se elaboraron formularios de observación para examinar minuciosamente las propiedades y contenidos de los sitios web.

3.6.1. Población

La población en una investigación es conocida como la composición de elementos, ya sean estos, personas, organismos empresas, objetos, entre otros, que participan en un fenómeno antes delimitado y detallado. López (2004) explica que “es un conjunto de objetos y personas de lo que se desea conocer algo dentro de una investigación, es un universo que puede estar constituido por personas, animales, muestras relacionadas al tipo de investigación y varios”. En el marco de nuestra investigación se estableció que cerca de 3 millones de personas acceden a las páginas web de los medios Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil, la cantidad puede variar acorde a la ubicación.

3.6.2. Muestra

La muestra de nuestra investigación estuvo conformada por 3 profesionales de la comunicación, que fueran residentes en Guayaquil, seleccionados a través de un muestreo intencional, conociendo sus experiencias y labores en su campo, convocados a realizar una entrevista semiestructurada para indagar mejor su opinión sobre la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias, y los desafíos que deben enfrentar los medios Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, con la información inmediata que deben revisar y verificar.

3.6.3. Periodo de estudio

El periodo de estudio dio inicio el 18 de marzo de 2024, con la búsqueda, identificación y selección de un tema apropiado para realizar una investigación descriptiva, Posteriormente fue evaluado por expertos que aprobaron la propuesta de investigación. De esta manera, durante el periodo académico se dedicó a una indagación profunda en las páginas adecuadas, con el objetivo de construir un tema sólido para sustentar el estudio. Este proceso concluyó con éxitos en diciembre 2024-2.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Con el objetivo de investigar la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de audiencias, se realizó un estudio en las páginas web de los medios Ecuavisa, El Salvador y Radio Sucre, que, analizando la población es un conjunto de usuarios que visitan las páginas webs, para la recopilación de datos se combinaron dos herramientas, entrevistas a expertos en comunicación y una observación a través de unas fichas que nos permitió realizar un análisis en cuánto a interacción y visita en las páginas webs.

3.7.1. Entrevista

La entrevista es conocida como un método de recolección de datos con el objetivo de obtener información de un tema específico, a través de preguntas abiertas con el fin de explorar diferentes perspectivas, experiencias y opiniones. González y otros (2022) explican que la entrevista cualitativa permite la interpretación de la realidad social, los valores, las costumbres, las ideologías y las cosmovisiones que se construyen a partir de un discurso subjetivo donde el investigador asigna un sentido y un significado particular a la experiencia del otro.

3.7.2. Ficha de observación

Expertos como Campos y Lule (2012) manifiestan que la observación representa una de las maneras más lógicas y sistemáticas para un registro visual, verificable y ordenado de lo que se pretende conocer, utilizando los sentidos ya sea para describir, explicar o analizar desde una perspectiva confiable y válida hechos, fenómenos u objetos que plantean necesidades para que un observador con habilidades desarrolle un proceso de calidad.

4. Análisis de resultados

A continuación, se presentará la información obtenida mediante las entrevistas, en las que se empleó una guía estructurada de preguntas como instrumento de recolección, con el propósito de conocer las opiniones de expertos y conocedores sobre la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, en el marco de este proyecto de investigación.

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de Preguntas

Tema: Comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil.

Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre nuestro tema de investigación.

Entrevistados: Luisa María Heredia, Celeste Granizo Argudo y Jorge Erwin Vélez Vélez

Cargo: Reportera de Noticias, periodista y coordinador de comunicación

Especialidad: Periodismo político y comunicación visual y política

Entrevistadoras: Lilian Rodríguez y Lucia Tinitana

Variables	Pregunta	Respuesta	Observación
Variable Independiente: Comunicación 4.0	¿La comunicación 4.0 permite minimizar la comunicación bidireccional de la audiencia en los medios?	Los entrevistados afirman que la importancia en como los medios usan la comunicación 4.0 para mejorar su relación con la audiencia y ofrecer contenido relevante y personalizado, permite que los medios se adapten a las demandas del público actual.	Según (Zeller, 2018), indica que son herramientas muy importantes, gracias a estas se llega a obtener una mejor cadena de valor mediante las cuales se tiene una alta relación para mejorar las características de los procesos.
	¿En la era de la comunicación 4.0, las herramientas colaborativas han sido de utilidad para interactuar en los medios?	Han revolucionado la forma en como los medios se organizan y se comunican logrando así la colaboración en la creación de contenidos y el acceso rápido a la información.	Según Colladay y Jasper (2015), estas herramientas permiten compartir, colaborar y editar información en tiempo real, comunicarse mediante mensajería instantánea y gestionar tareas de forma conjunta.
	¿En qué medida considera que la comunicación 4.0 ha facilitado una mayor comprensión intercultural en los medios?	La interculturalidad en los medios privados es un tema relevante debido a la existencia de limitaciones en este campo, por eso se debe promover y enriquecer el contenido.	Para Herdoiza (2015), la comunicación intercultural implica la comprensión de las diferentes culturas, sus valores, creencias, costumbres y

			formas de comunicación, para evitar malentendidos.
Variable	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Dependiente: Hiperconectividad de las audiencias	¿La hiperconectividad de las audiencias se ha visto afectada en el momento de la verificación de información en los medios?	Los ciudadanos a menudo no se toman el tiempo de verificar los contenidos que reciben lo que puede llevar a una desinformación y la propagación de noticias falsas, se exige un esfuerzo en conjunto de público y medios para construir una sociedad mejor informada.	Según Cevallos (2016), la verificación de la información en medios de comunicación es un proceso periodístico riguroso que tiene como objetivo comprobar la exactitud y veracidad de los datos, hechos y afirmaciones que se presentan en las noticias.
	¿La hiperconectividad de las audiencias ha contribuido a la democratización de la información en los medios?	La llegada de internet y redes sociales ha permitido que las personas tengan un acceso a una amplia variedad de fuentes de información, logrando participar en la creación y difusión de la información.	Según Cabral (2015), las dinámicas de publicación están cambiando rápidamente con la evolución de las tecnologías y las posibilidades que el acceso abierto ofrece; por tanto, investigar las motivaciones posibilita identificar cómo estas tendencias influyen en el acceso y democratización de la información en la sociedad.
	¿Como audiencia hiperconectada, cree que ha cambiado el proceso informativo para las	En la actualidad, las audiencias han experimentado cambios significativos	Según Martínez (2023), el proceso informativo en medios de comunicación, en la era digital, se ha

	audiencias en la búsqueda de información en los medios?	transformando la forma en la que se emite y se consume la información, el cual ha afectado el proceso periodístico que han requerido adaptaciones en la gestión de la información.	vuelto más dinámico, interactivo y complejo, debido a la convergencia tecnológica y la proliferación de nuevas plataformas de comunicación.
--	---	--	---

Ficha de Observación

Técnica: Observación

Instrumento: Ficha de contenido

Tema: Comunicación 4.0 y la Hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil

Objetivo: Obtener información a partir de la observación de campo del medio Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre

Criterio	Ecuavisa		El Universo		Radio Sucre		Observación
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Se evidencia una bidireccionalidad en el medio.		X		X		X	
Se pudo observar el uso de habilidades digitales del medio.	X		X		X		
Se ha facilitado una mayor comprensión de la comunicación intercultural del medio.	X		X		X		
Ha mejorado la comunicación inmersiva del medio.	X		X		X		
Las herramientas colaborativas han sido de gran utilidad para interactuar en el medio.	X		X		X		
Se observa dificultades en el momento de la verificación de información del medio.		X		X		X	
Existen impedimentos para la interacción del usuario respecto al medio.	X		X			X	
Se evidencia una acertada democratización de la información del medio.	X		X		X		
Existe una conciencia sobre la responsabilidad digital en el medio.	X		X		X		
Ha cambiado el proceso informativo para las audiencias en la búsqueda de información en el medio.	X		X		X		

5. Discusión

El debate se centró en los resultados obtenidos a partir de la investigación y análisis de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre. A través de entrevistas a expertos y especialistas en el marco de la comunicación, además de un estudio a las páginas web de los medios antes mencionados, sabiendo que, como se encuentran a la adaptación y ajustes que deben tener en esta nueva era digital y cómo interactúan con sus usuarios en un entorno que se ha vuelto interconectado.

5.1. Discusión de resultados de las entrevistas

El análisis de las entrevistas realizadas a expertos en comunicación sobre la Comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil, revelan una visión matizada y en constante evolución.

Las herramientas de colaboración muestran un prometedor potencial para impulsar la interacción ciudadana y mejorar el contenido noticioso. Sin embargo la implementación actual sigue siendo sencilla, enfocándose primordialmente en actividad como reportar incidentes o también, responder cuestionarios. A pesar de que los medios han incorporado ciertos elementos con los que logren construir diálogos características participativas, ya que aun no existen diálogos significativos con su audiencia.

En el contexto de la hiperconectividad, existen desafíos como beneficios, a pesar de que se han ampliado considerablemente las rutas de comunicación entre medios y usuarios, ha provocado también una división en la atención y con la amenaza que la información se vuelva superficial. Los especialistas entrevistados para la investigación mencionan que la hiperconectividad de las audiencias no constituye un obstáculo para la interacción, si no una nueva forma en que los medios deben adaptarse a los canales digitales para crear contenido mas relevante y valioso. Los usuarios y su constante búsqueda de información permiten que se vuelvan más propensas a verificar las fuentes de información.

5.2. Discusión de resultados de la observación

Con la observación realizada por unas semanas a las páginas web de los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, se demuestra que, a pesar de la presencia de una correcta y fluida comunicación, aun hace falta una bidireccionalidad ente medio y usuario, provocando que la retroalimentación de información sea básica y la audiencia no tenga la información completa.

Si se puede afirmar que dichos medios promueven y usan las habilidades digitales de manera correcta, teniendo esto como un punto positivo para los medios, ya que facilita que el entorno digital sea adaptable, accesible y próximo para los públicos que debido a la era digital. En términos de comprensión intercultural, los medios logran fomentar un ambiente diverso e inclusivo, lo que permite que los usuarios valoren y puedan comprender las diferentes perspectivas respecto a la cultura, además de interacción mantienen un aprendizaje constante.

Al realizarse la observación respecto a la comunicación inmersiva de los medios, indican que existe una mejora, incorporando elementos para que los usuarios experimenten una mayor conexión y una comunicación más profunda. Además, se analiza que los medios le han dado importancia a la implementación de herramientas colaborativas, para que los usuarios mantengan una participación, intercambiando ideas, proyectos, ya que estos son útiles para la interacción.

Por otro lado, existe dificultad en la verificación de la información, haciendo que surja un impacto negativo en la credibilidad para los medios, esto se lo puede relacionar por un flujo rápido de información, impidiendo la correcta verificación de información, y es crucial mejorar este aspecto para que los usuarios reciban información de manera correcta y confiable. Del mismo modo, coexisten impedimentos en la interacción con los usuarios, esto podría ser por las barreras técnicas como la accesibilidad al internet, pero en los medios se observa que se pueden acceder a sus contenidos en cualquier horario, ya que una vez transmitidos en vivo se quedan guardados en las plataformas, siendo una ventaja para los usuarios.

Por lo tanto, en los medios hay conciencia respecto a la responsabilidad digital, pues esta es fundamental para la seguridad tecnológica, es así que los medios fomentan el respeto, la ética en el entorno digital y la privacidad, haciendo que los usuarios mantengan una interacción y fidelidad a estos medios. Igualmente, estos medios han modificado la forma en que los usuarios busquen y reciban información, reflejando una adaptación a las necesidades y expectativas de

los usuarios en cuanto a la demanda digital, ofreciendo un acceso más directo y rápido en sus contenidos.

De manera general, la comunicación 4.0 y la Hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil, han tenido avances significativos en el desarrollo de las habilidades digitales, en la comunicación cultural e inmersiva y garantizando un acceso democrático en la información que ofrecen cada día.

5 Conclusiones

- Luego de la investigación realizada acerca de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, se confirmó la presencia de las necesidades e intereses del público, como la falta de interacción, a pesar de encontrarnos en una época de inmediatez en información y respuesta.
- Aunque la comunicación 4.0 en los medios de Ecuador, Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, han enfrentado desafíos que se derivan de la brecha digital, estos han desarrollado y fomentado el desarrollo de habilidades digitales en sus usuarios. Esto da un reflejo de tener capacidad para proporcionar un entorno accesible y práctico para la interacción efectiva.
- La hiperconectividad de las audiencias de estos medios deben dar a conocer las prácticas implementadas para que exista una mejor interacción entre los medios y sus audiencias, mejorando la participación y el compromiso con ellos.
- Las recomendaciones para que estos medios puedan superar los desafíos de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias, es mediante el uso de tecnologías que existen en la actualidad, así prioriza la transparencia, confianza y las necesidades de sus públicos, lo que permite que evolucionen en el entorno digital.
- Los entrevistados manifestaron que las variables estudiadas lograron facilitar una mejor comprensión, llegando a ser considerada una herramienta comunicacional, porque fortalece la relación entre medio y usuario. Finalmente, en la ficha de observación se observó los avances significativos en la comunicación bidireccional e inmersiva por la implementación de productos visuales que garantizan el acceso a la información de manera democrática.

6. Recomendaciones

- La Comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados de Guayaquil: Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, deben ser una constante, que implique los intereses de la audiencia en la época digital en términos de interacción y velocidad.
- Debido a la existencia de la brecha digital en la actualidad es recomendable implementar estrategias inclusivas o mejorar las estrategias ya establecidas para promover la alfabetización digital, reduciendo así las diferencias que se presentan con relación al acceso en sistemas tecnológicos.
- Para optimizar la interacción en el contexto de hiperconectividad de las audiencias, se recomienda que los medios privados de Guayaquil: Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre, establezcan un control de sus prácticas implementadas; con esto se lograría la transparencia en la comunicación, constante adaptación a las preferencias y necesidades del público.
- Para enfrentar los retos de la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias, es vital que los medios den prioridad a establecer lazos de confianza con el público, la creación de discursos atractivos, exploración de narrativas novedosas y aplicar nuevas modalidades o métodos de comunicación, luchando así con la desinformación y el uso de lenguajes conmovedores y profundos.
- Se recomienda y sugiere que los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre usen y se beneficien con las nuevas tácticas y herramientas establecidas en otros medios nacionales e internacionales, ya que son fundamentales para la comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias. Esto conllevaría a mejorar sus plataformas digitales y la adaptación de contenidos a diferentes dispositivos móviles para promover aún más la interacción. Los especialistas entrevistados lo perciben como herramientas comunicacionales que pueden usar estratégicamente para afianzar más los lazos entre medios y audiencias.

Referencias bibliográficas

- Arizabaleta Dominguez, S. L., & Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.

- Cevallos Zambrano, D., Clery Aguirre, A., Molina Benavides, L., & Santa María Suárez, G. (2016). *El derecho a la información pública en la República del Ecuador*. Manta, Manabí, Ecuador. https://issuu.com/marabiertouleam/docs/el_derecho_de_acceso_a_la_informaci
- Corzo, G., & Alvarez, E. (2020). *SciELO*. Estrategias de competitividad tecnológica en la conectividad móvil y las comunicaciones de la industria 4.0 en Latinoamérica: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000600183>
- Ecuador, A. N. (2015). Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Ecuador. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf>
- , S. M. (2018). *Branding Digital. Relatos, contenidos y comunicación de marca a través de dispositivos móviles*. España: Egrius. <http://surl.li/upcgkr>
- Fernando González Luna, Dolores Gutiérrez Rico. (2015). *Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior*. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.
- García González, J., & Sánchez Sánchez, P. (2020). *Scielo*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- Hernández, A. (6 de Septiembre de 2021). *Scielo*. chrome-extension://efah<https://www.scielo.sa.cr/pdf/com/v30n2/1659-3820-com-30-02-46.pdf>
- Hernández-Sampieri. R & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., & Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. *Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión*. 9(5), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Janet Camilo. (2020). *Plan Nacional de igualdad y equidad de género*. República Dominicana: PLANEG III.
- José Túñez, J., Costa, C., & Valdiviezo, C. (2018). *Comunicación Organizacional en entornos online. Gestión, actores y recursos*. <https://doi.org/10.4185/cac149>
- López, P. L. (2004). *Scielo*. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rcuisrael/v8n1/2631-2786-rcuisrael-8-01-00107.pdf>
- Mayorga Escalada, S. (2018). *Branding Digital. Relatos, contenidos y comunicación de marca a través de dispositivos móviles*. España: Ediciones Egrius. <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=N1d7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA25&dq=interacci%C3%B3n+con+los+contenidos,+comunicaci%C3%B3n.DOI&ots=fDXyatbeMB&sig=v r5YytYqdsdjs e9c7OzT4rGWpWY#v=onepage&q=interacci%C3%B3n%20con%20los%20contenidos%2C%20comunicaci%C>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>

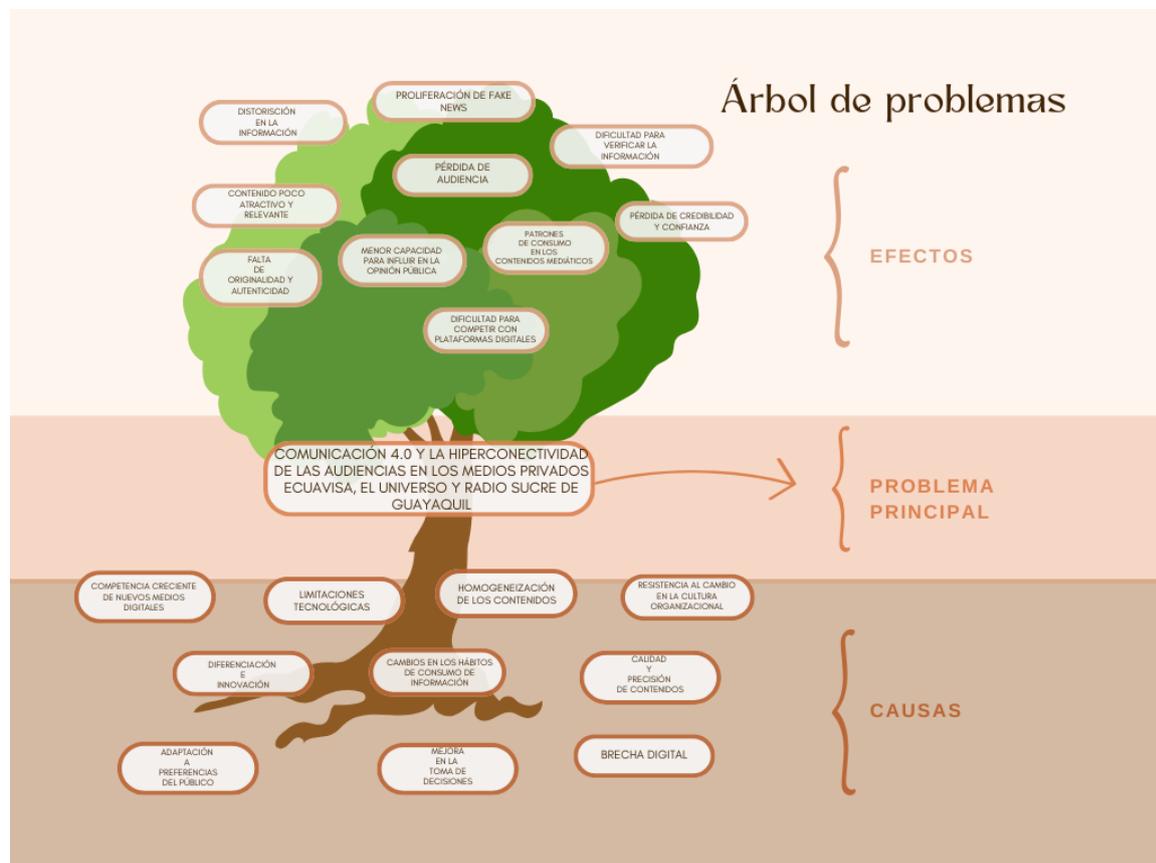
- Ocaña Morales, J., Paredes Placencia, I., & Silva Torres, N. (1 de Octubre de 2022). Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento. *La calidad de la información en los medios digitales de noticia*. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1814>
- Pérez Seijo, S. (1 de Julio de 2023). *Consejo de comunicación*. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/5638/1/Periodismo%20inmersivo.pdf
- Rivero Pino R. (2021). *Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa*. Santa Elena.
- Rivero Pino, Ramón. (2021). *Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa. <https://fhu.unse.edu.ar/carreras/comunicacionymedios/Libro-Scolari.pdf>
- Scolari, C. (2008). *Posmediación: Reflexiones sobre el cambio del paradigma en la era de la hiperconectividad*.
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Suntaxi, M. (2023). *Scielo*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37785/nw.v7n1.a11>
- Telecomunicaciones, M. d. (2019). Ley Orgánica de Comunicación . Ecuador . <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Vargas, B. C. (2015). *Universidad Nacional Autónoma de México*. UNAM | Portal UNAM: https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/CL268/1/05_analisis_tendencias_informacion_propuestas_ifla_brenda_cabral_vargas.pdf
- Yuste, B. (2022). *La comunicación en tiempos de algoritmos*. Madrid, España: Ediciones Pirámide. Retrieved Julio de 14, from <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/1878/3380>

Zambrano Ayala, William Ricardo. (2019). Buen vivir, cuidado de la casa común y reconciliación. En J. J. Pereira. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/44332>

Anexos

Anexo 1

Árbol de problemas



Anexo 2

Ficha de Observación: Ecuavisa

Criterio	Sí	No	Observación
Se evidencia una bidireccionalidad en el medio.		X	
Se pudo observar el uso de habilidades digitales del medio.		X	
Se ha facilitado una mayor comprensión de la comunicación intercultural del medio.	X		
Ha mejorado la comunicación inmersiva del medio.	X		
Las herramientas colaborativas han sido de gran utilidad para interactuar en el medio.	X		
Se observa dificultades en el momento de la verificación de información del medio.		X	
Existen impedimentos para la interacción del usuario respecto al medio.	X		
Se evidencia una acertada democratización de la información del medio.	X		
Existe una conciencia sobre la responsabilidad digital en el medio.	X		
Ha cambiado el proceso informativo para las audiencias en la búsqueda de información en el medio.	X		

Ficha de Observación: El Universo

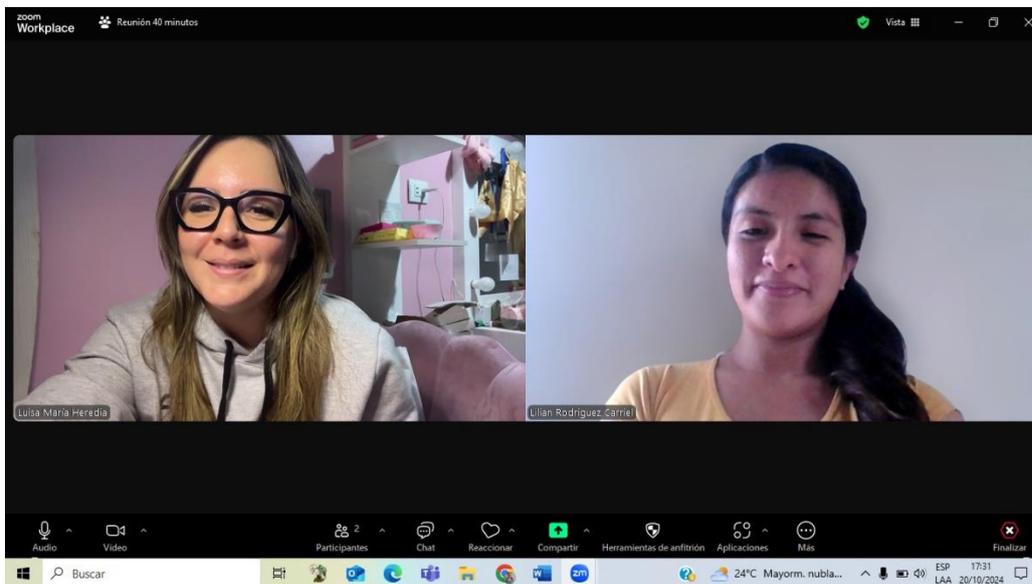
Criterio	Sí	No	Observación
Se evidencia una bidireccionalidad en el medio.		X	
Se pudo observar el uso de habilidades digitales del medio.	X		
Se ha facilitado una mayor comprensión de la comunicación intercultural del medio.	X		
Ha mejorado la comunicación inmersiva del medio.	X		
Las herramientas colaborativas han sido de gran utilidad para interactuar en el medio.	X		
Se observa dificultades en el momento de la verificación de información del medio.		X	
Existen impedimentos para la interacción del usuario respecto al medio.		X	
Se evidencia una acertada democratización de la información del medio.	X		
Existe una conciencia sobre la responsabilidad digital en el medio.	X		
Ha cambiado el proceso informativo para las audiencias en la búsqueda de información en el medio.	X		

Ficha de Observación: Radio Sucre

Criterio	Sí	No	Observación
Se evidencia una bidireccionalidad en el medio.		X	
Se pudo observar el uso de habilidades digitales del medio.	X		
Se ha facilitado una mayor comprensión de la comunicación intercultural del medio.	X		
Ha mejorado la comunicación inmersiva del medio.	X	X	
Las herramientas colaborativas han sido de gran utilidad para interactuar en el medio.	X		
Se observa dificultades en el momento de la verificación de información del medio.		X	
Existen impedimentos para la interacción del usuario respecto al medio.	X		
Se evidencia una acertada democratización de la información del medio.	X		
Existe una conciencia sobre la responsabilidad digital en el medio.	X		
Ha cambiado el proceso informativo para las audiencias en la búsqueda de información en el medio.	X		

Anexo 3

Entrevista a experta en comunicación



Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Comunicación 4.0 Y La Hiperconectividad De Las Audiencias En Los Medios Privados Ecuavisa, El Universo Y Radio Sucre De Guayaquil

Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre nuestro tema de investigación

Entrevistado: Luisa María Heredia

Cargo: Reportera de Noticias

Especialidad: Periodismo político

Entrevistador: Lilian Rodríguez y Lucía Tinitana

1. ¿La comunicación 4.0 permite minimizar la comunicación bidireccional de la audiencia en los medios?

Al contrario, con la comunicación 4.0 se logró la bidireccionalidad con la audiencia de los medios tradicionales a los que hacen alusión en su estudio. Recordemos que con la comunicación 1.0, que es emitida a través de los medios de comunicación tradicionales, como periódicos, televisión y radio; la acción era meramente informativa. Es decir, se difundía un mensaje que se expandía entre la opinión pública. Los emisores eran actores seleccionados para compartir mensajes. Por tanto, la comunicación era unidireccional, el receptor se limita a creer lo que se le informa y no tenía forma de retroalimentar. La comunicación 4.0, en cambio, es por naturaleza bidireccional, permite el intercambio de mensajes constantemente entre múltiples fuentes de información.

2. ¿En la era de la comunicación 4.0, las herramientas colaborativas han sido de utilidad para interactuar en los medios?

Sin duda alguna, pero creo que estamos en una fase inicial si nos referimos a los medios tradicionales a los que hacen alusión en su estudio. El empleo de estas herramientas colaborativas como ventana para la interacción de la audiencia con estos medios es mínima aún, se limita al envío de denuncias que no se atienden en vivo y en directo, o contestar preguntas a manera de trivía. No hay aún un aprovechamiento pleno ni una puesta en práctica total de la comunicación 4.0 y sus características en la actualidad.

3. ¿En qué medida considera que la comunicación 4.0 ha facilitado una mayor comprensión intercultural en los medios?

Los medios a los que hacen alusión en su estudio palparon, gracias a la evolución de la comunicación, a la era digital y al <https://www.youtube.com/watch?v=69083076d1c>, que sus audiencias son diversas entre sí. Antes, se segmentan únicamente por edad o por nivel socioeconómico, hoy por hoy, hay una visión más inclusiva y profunda de esas audiencias que han dado cabida a la interculturalidad e intentan entenderla para poder conectar más con sus audiencias que además, son más exigentes, más allá de participativas y diversas.

4. ¿La hiperconectividad de las audiencias se ha visto afectada en el momento de la verificación de información en los medios?

El comportamiento actual de las audiencias, sumergidas en un mar de información de todo tipo, en el que lo que prima y manda es la inmediatez, no les permite priorizar la verificación de la información que profesan medios tradicionales como aquellos a los que hacen alusión en su estudio, ante la acción de conseguir esa información rápido. Las audiencias aún están entusiasmadas con la hiperconectividad, no han madurado lo suficiente como para afectarse por la verificación de la información en los medios. Lamentablemente, no le prestan atención a eso.

5. ¿La hiperconectividad de las audiencias ha contribuido a la democratización de la información en los medios?

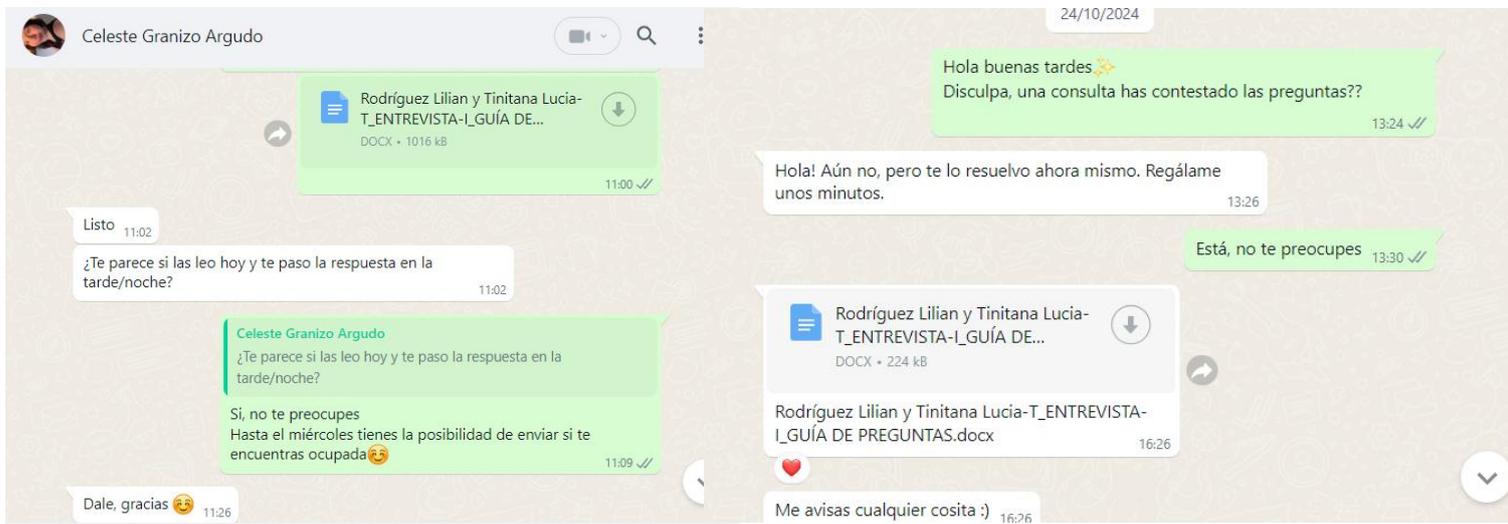
Creo que el término democratización es muy tendencioso, un tanto politizado incluso. Diría que la información se volvió un bien común con la hiperconectividad. El problema es el alto precio que se paga por eso, el riesgo de consumir cada vez más información falsa, tendenciosa, matriciosa, viciada. Si la información que consumieran las audiencias pasara por un filtro profesional como el que se ejerce en los medios de comunicación tradicionales a los que se hace alusión en su estudio, tuvieran garantías de lo que consumen. Aunque conocer esa información les tome un poco más de tiempo.

6. ¿Como audiencia hiperconectada, cree que ha cambiado el proceso informativo para las audiencias en la búsqueda de información en los medios?

Obviamente, buscan en la información en redes sociales, donde no hay garantías, y no en las empresas forjadas para hacer una actividad profesional de periodismo y comunicación social.

Anexo 4

Entrevista a experta en comunicación



Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Comunicación 4.0 Y La Hiperconectividad De Las Audiencias En Los Medios Privados Ecuaviva, El Universo Y Radio Sucre De Guayaquil

Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre nuestro tema de investigación

Entrevistado: Celeste Granizo Argudo

Cargo: Periodista

Especialidad:

Entrevistador: Lilian Rodríguez y Lucía Tinitana

1. ¿La comunicación 4.0 permite minimizar la comunicación bidireccional de la audiencia en los medios?

No, la comunicación 4.0 no disminuye la comunicación bidireccional; al contrario, la potencia. La transformación tecnológica y la evolución digital propias de la Industria 4.0 fomentan una mayor interacción entre los usuarios y los medios, conectando de manera más efectiva en un entorno digital. Este modelo de comunicación promueve el diálogo constante y la participación entre emisores y receptores, con una retroalimentación continua y en tiempo real.

2. ¿En la era de la comunicación 4.0, las herramientas colaborativas han sido de utilidad para interactuar en los medios?

En efecto, las herramientas colaborativas han sido un pilar clave para mejorar la interacción entre los medios y el público. Estas herramientas facilitan una mejor coordinación entre las diferentes áreas que conforman un medio, lo que permite generar contenido más especializado para cada tipo de audiencia. Además, optimizan el flujo de trabajo y abren la puerta al feedback de los usuarios, enriqueciendo así la calidad y relevancia del contenido.

3. ¿En qué medida considera que la comunicación 4.0 ha facilitado una mayor comprensión intercultural en los medios?

La comunicación 4.0 ha potenciado significativamente la comprensión y difusión intercultural en los medios al facilitar el acceso a una variedad de fuentes de información y contenidos culturales. Este intercambio de ideas y realidades promueve la educación y la sensibilización sobre diversas culturas. Un ejemplo destacado en el contexto ecuatoriano es *Wampra*, un medio que da voz a las comunidades indígenas y rurales, abordando temas sociales que impactan a estas poblaciones y enriqueciendo el panorama mediático del país.

4. ¿La hiperconectividad de las audiencias se ha visto afectada en el momento de la verificación de información en los medios?

Sí, la hiperconectividad ha tenido un impacto importante en la verificación de la información. Por un lado, el acceso a diversas fuentes permite contrastar datos de forma rápida. Sin embargo, la sobrecarga informativa y la velocidad con la que se difunden las noticias a menudo superan la capacidad de verificación, lo que facilita la propagación de desinformación y el uso de fuentes poco confiables.

5. ¿La hiperconectividad de las audiencias ha contribuido a la democratización de la información en los medios?

Definitivamente. Hoy, cualquier persona con acceso a internet puede convertirse en un creador o distribuidor de contenido, lo que ha diversificado las voces y las perspectivas en los medios.

6. ¿Como audiencia hiperconectada, cree que ha cambiado el proceso informativo para las audiencias en la búsqueda de información en los medios?

Podríamos decir que el cambio ha sido drástico si lo analizamos desde una perspectiva temporal: Antes, las audiencias dependían de un número limitado de medios tradicionales para obtener noticias. Hoy, con la hiperconectividad, tenemos acceso instantáneo a una infinidad de fuentes y plataformas. Ello facilita la búsqueda de información y permite que el contraste de las fuentes y declaraciones sea más diverso, enriqueciendo el contenido noticioso con perspectivas variadas.

Anexo 5

Entrevista a experto en comunicación



Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Comunicación 4.0 Y La Hiperconectividad De Las Audiencias En Los Medios Privados Ecuavisa, El Universo Y Radio Sucre De Guayaquil

Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre nuestro tema de investigación

Entrevistado: Lodo, Jorge Erwin Vélez Vélez, Mtro

Cargo: Coordinador de Comunicación

Especialidad: Comunicación Visual y Política

Entrevistador: Lilian Rodríguez y Lucía Tinitana

1. ¿La comunicación 4.0 permite minimizar la comunicación bidireccional de la audiencia en los medios?

La comunicación 4.0, caracterizada por la interacción intensiva a través de tecnologías digitales y redes sociales, no minimiza sino que transforma y, en muchos casos, potencia la comunicación bidireccional de la audiencia. En este modelo, la audiencia no solo consume información, sino que también participa activamente, generando contenido y retroalimentando a los medios en tiempo real. Plataformas como redes sociales, aplicaciones móviles y blogs permiten que los usuarios comenten, compartan y opinen sobre contenidos, lo cual enriquece el diálogo entre medios y público. En Ecuador, esta dinámica ha sido particularmente relevante, ya que permite a los ciudadanos expresar sus opiniones, interactuar con figuras públicas y medios de comunicación, y hacer visibles sus preocupaciones y puntos de vista sobre situaciones en sus barrios, parroquias y ciudades.

2. ¿En la era de la comunicación 4.0, las herramientas colaborativas han sido de utilidad para interactuar en los medios?

En Ecuador, estas herramientas han sido particularmente útiles para que comunidades diversas interactúen directamente con los medios de comunicación y entre sí, enriqueciendo el contenido noticioso y fomentando un ambiente participativo. Por ejemplo, durante eventos de gran impacto social, como elecciones presidenciales adelantadas del 2021 o protestas como las del levantamiento indígena en el 2019, las plataformas colaborativas permiten a los ciudadanos compartir actualizaciones en tiempo real, discutir temas de interés y ejercer una vigilancia ciudadana sobre los hechos, que a su vez los medios pueden retomar y difundir como los cortes de energía eléctrica en los diferentes sectores. Esto ha democratizado la información y ha permitido que los ecuatorianos, tanto en áreas urbanas como rurales, participen en el proceso informativo de forma activa, generando un periodismo más inclusivo y cercano a las audiencias

3. ¿En qué medida considera que la comunicación 4.0 ha facilitado una mayor comprensión intercultural en los medios?

La comunicación 4.0 ha facilitado en gran medida una mayor comprensión intercultural en los medios de Ecuador, ya que permite un flujo de información más accesible y diverso, donde las voces y perspectivas de distintas culturas pueden expresarse y llegar a un público amplio. Las plataformas digitales han abierto espacios en las que comunidades de diferentes orígenes étnicos, lenguas y culturas pueden compartir sus historias, tradiciones y desafíos, promoviendo así el entendimiento y la empatía entre grupos diversos en Ecuador.

En las 4 regiones de Ecuador, un país de gran diversidad cultural, esta conectividad ha permitido que los medios digitales y las redes sociales amplifiquen las voces de comunidades indígenas, afroecuatorianas y otras minorías, visibilizando sus realidades y fomentando un diálogo más inclusivo. Por ejemplo, a través de las redes sociales, es posible que activistas, comunicadores y líderes de estas comunidades compartan directamente sus experiencias, en su propio idioma y desde su perspectiva cultural como el turismo ecuestre en los campos costeños. Esto no solo enriquece el contenido mediático, sino que también ayuda a romper estereotipos, promoviendo un respeto y entendimiento de la interculturalidad ecuatoriana.

4. ¿La hiperconectividad de las audiencias se ha visto afectada en el momento de la verificación de información en los medios?

Sí, la hiperconectividad de las audiencias ha afectado de manera importante el proceso de verificación de información en los medios. Si bien el acceso inmediato a múltiples fuentes facilita que las audiencias puedan verificar y contrastar información rápidamente, también genera ciertos desafíos, como la dificultad para diferenciar entre fuentes confiables y aquellas que difunden desinformación. La velocidad con la que circula la información puede hacer que, en muchos casos, los usuarios compartan contenido sin comprobar su veracidad, especialmente en temas sensibles o de alto impacto emocional por los fake news que generan impacto en la ciudadanía.

5. ¿La hiperconectividad de las audiencias ha contribuido a la democratización de la información en los medios?

Sí, la hiperconectividad de las audiencias ha contribuido significativamente a la democratización de la información en los medios. En un entorno donde cada individuo con acceso a internet puede no solo consumir, sino también producir y compartir información, el flujo de contenido ya no depende exclusivamente de grandes corporaciones médias o instituciones oficiales. Esta hiperconectividad permite a personas de todos los niveles socioeconómicos y ubicaciones geográficas participar en el ecosistema informativo, lo que amplía las perspectivas y voces disponibles para las audiencias diversas ecuatorianas por