



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

**CARRERA COMUNICACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**LA HIPERCONECTIVIDAD Y DIFUSIÓN DEL CONTENIDO INFORMATIVO  
EN LA FANPAGE DE RADIO PALMAR EC.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:**

**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

**AUTORA:**

**CECIBEL PAOLA REYES RODRÍGUEZ**

**TUTOR:**

**LIC. WASHINGTON OSWALDO DUTÁN, MGTR.**

**LA LIBERTAD**

**2024**

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

ÍNDICE GENERAL.....	2
ÍNDICE DE TABLAS .....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	7
DEDICATORIA.....	8
AGRADECIMIENTOS.....	9
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC .....	10
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	10
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	11
RESUMEN.....	12
INTRODUCCIÓN .....	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	15
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	15
1.1.1 Hiperconectividad.....	15
1.1.2. Contenido Informativo .....	17
1.1.3. Relación la hiperconectividad y contenidos informativos en la entidad Radio Palmar EC.....	20
1.2. Formulación del problema de investigación.....	21
1.2.1. Preguntas de investigación .....	21
1.3. Objetivos.....	21
1.3.1. Objetivo general .....	21
1.3.2. Objetivos específicos.....	21
1.4 Justificación de la investigación.....	22
1.5 Hipótesis.....	23
1.6 Variables.....	23
1.6.1. Hiperconectividad.....	23
1.6.2 Contenido Informativo .....	25
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	27
2.1 Conocimiento actual.....	27

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual .....	27
2.2.1. Comunidad informativa.....	27
2.2.2. Adaptabilidad e innovación.....	29
2.2.3. Páginas y plataformas digitales .....	30
2.2.4. Contenidos Generados.....	31
2.2.5. Tipos de noticias falsas.....	32
2.2.6. Rapidez e inmediatez.....	34
2.2.7. Compromiso social.....	34
2.2.8. Fuentes de información .....	35
2.3. Marco Legal .....	37
2.3.1. Declaración de principios.....	37
2.3.2. El plan de la sociedad de la información y el conocimiento 2024 - 2025. ....	38
Subsecretaría de fomento de la sociedad de la información y economía digital.....	38
3. MARCO METODOLÓGICO .....	40
3.1 Tipo de investigación .....	40
3.2 Diseño de investigación.....	41
3.3. Alcance de la investigación .....	43
3.4. Operacionalización de las variables .....	44
3.5 Población, muestra y periodo de estudio.....	46
3.5.1. Población.....	46
3.5.2. Muestra.....	48
3.5.3. Muestreo probabilístico .....	49
3.5.4. Muestreo aleatorio simple por conveniencia .....	49
3.5.5. Periodo de estudio .....	50
3.6 Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	51
3.6.1. Encuesta .....	51
3.6.2. Entrevista.....	51
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	52
4.1 Procesamiento de la información .....	52
4.2. Análisis Cuantitativo: Encuesta.....	52
5. DISCUSIÓN.....	68

5.1. Discusión de resultados: Encuesta.....	68
5.2. Discusión de resultados: Entrevista.....	69
6. CONCLUSIONES.....	71
7. RECOMENDACIONES .....	72
8. REFERENCIAS .....	73
Bibliografía.....	73
ANEXOS .....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y Censo Ecuador Cuenta conmigo en el 2022.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 2 Sexo de los Encuestados .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 3 ¿Considera que la Hiperconectividad influye en la cultura digital y en el comportamiento de los seguidores de la Fanpage de Radio Palmar Ec?.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 4 ¿Considera usted que la hiperconectividad ha transformado las redes sociales, en término de producción, distribución y consumo de contenidos? .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 5 ¿Para usted, en qué medida la hiperconectividad potencia las características de las plataformas digitales?.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 6 ¿Considera usted que la hiperconectividad ha potenciado el impacto de las fanpage en la difusión del contenido generado? .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 7 ¿La hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna palmar en relación con los contenidos generados? .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 8¿El contenido informativo ha evolucionado y se ha adaptado en respuesta a la interacción con los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec?.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 9 ¿El contenido informativo ha influido con el compromiso social de la fanpage de Radio Palmar Ec? .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 10 ¿La evolución del contenido informativo está transformando el enfoque del periodismo digital? .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 11¿Usted frecuentemente revisa y comparte contenido informativo de la fanpage de Radio Palmar Ec?.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 12 ¿La fanpage de Radio palmar Ec comparte contenido informativo que sea verificado, veraz y creíble? .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 13 Entrevistas a expertos. ....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 14 Tabla de Variables.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 15 Matriz de validación de contenido por juicio de expertos.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 16.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 17 VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 18 matriz de validación de contenido por juicio de experto.....</b>	<b>86</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS.

<b>Figura 1</b> Porcentaje del Sexo de los Encuestados. ....	54
<b>Figura 2</b> ¿Considera que la Hiperconectividad influye en la cultura digital y en el comportamiento de los seguidores de la Fanpage de Radio Palmar Ec? .....	55
<b>Figura 3</b> ¿Considera usted que la hiperconectividad ha transformado las redes sociales, en término de producción, distribución y consumo de contenidos? .....	56
<b>Figura 4</b> ¿Para usted, en qué medida la hiperconectividad potencia las características de las plataformas digitales?.....	57
<b>Figura 5</b> ¿Considera usted que la hiperconectividad ha potenciado el impacto de las fanpage en la difusión del contenido generado? .....	58
<b>Figura 6</b> ¿La hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna palmar en relación con los contenidos generados? .....	59
<b>Figura 7</b> El contenido informativo ha evolucionado y se ha adaptado en respuesta a la interacción con los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec? .....	60
<b>Figura 8</b> ¿El contenido informativo ha influido con el compromiso social de la fanpage de Radio Palmar Ec? .....	61
<b>Figura 9</b> ¿La evolución del contenido informativo está transformando el enfoque del periodismo digital? .....	62
<b>Figura 10</b> ¿Usted frecuentemente revisa y comparte contenido informativo de la fanpage de Radio Palmar Ec? .....	63

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **CECIBEL PAOLA REYES RODRIGUEZ** con C.I. 2450237447, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 06 Diciembre, 2024.

Atentamente,

*Reyes R Cecibel.*

**Reyes Rodríguez Cecibel Paola**

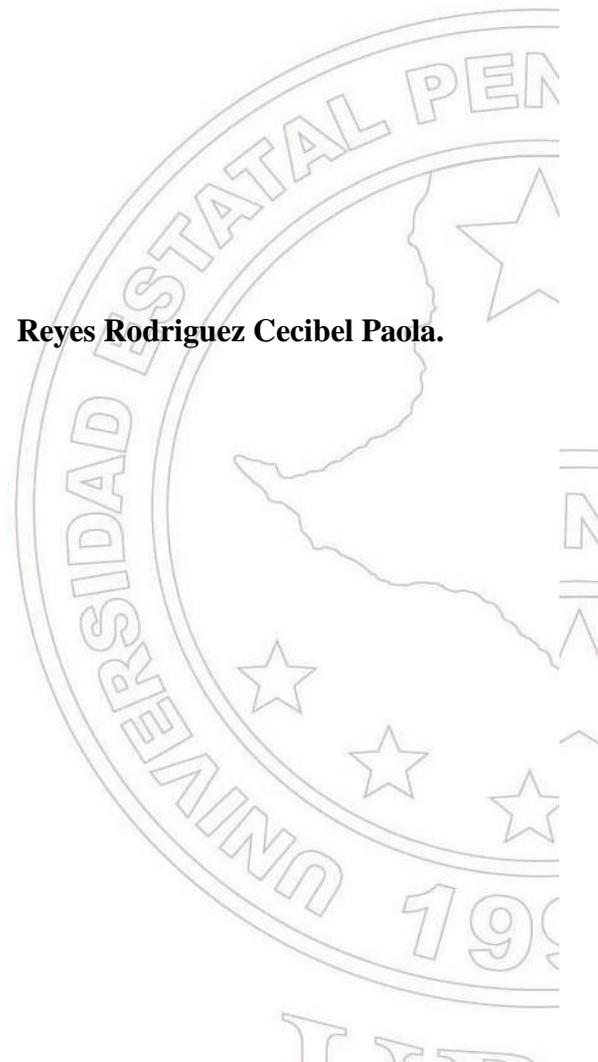
**C.I. 2450237447**

UNIVERSIDAD ESTADAL PEN  
199  
UP

## **DEDICATORIA**

Mis queridos padres Meliton Reyes y Cecibel Rodriguez, les dedico este trabajo, gracias por el apoyo durante toda esta etapa, por los valores y la valentía que me han inculcado para poder sobrellevar los obstáculos, ha sido una etapa llena de sacrificios y sobre todo dedicación. A mi querido Diego Franco por la comprensión y la ayuda que me ha brindado. Al Lic. Jefferson Alejandro por los consejos brindados durante todo este proceso y por ultimo a cada familiar que me brindó su apoyo durante mi etapa universitaria.

**Reyes Rodriguez Cecibel Paola.**



## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar agradecida con dios por la salud, la sabiduría y sobre todo la guía durante esta etapa, a mis padres por el apoyo constante por los consejos y sobre todo darme el valor de seguir. Ha sido un camino difícil donde he tenido que esforzarme para cumplir con mis responsabilidades entre el trabajo y el cumplimiento de tareas, quiero agradecer a mi compañera de toda la vida mi querida hermana Melina, a mi pareja que ha sido mi compañero durante toda esta etapa, a mi querido tutor el Lic. Oswaldo Dután por la paciencia y el tiempo brindado en cada tutoría, a los docentes por impartir sus conocimientos y experiencias y sobre todo mis queridas amigas Shirley, Niurka, Melissa y Lorena que han sido parte de este proceso, gracias por los momentos compartidos por el apoyo mutuo que nos hemos brindado.

**Reyes Rodriguez Cecibel Paola**



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 21 de noviembre del 2024

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

En su despacho. -

En calidad de tuto asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que la Estudiante **Cecibel Paola Reyes Rodriguez**, con cédula de identidad No 2450237447, ha 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 **“La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec”**. 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 del/la autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

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

**Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.**  
**CI: 1710806009**  
**Correo Institucional: [wdutan@upse.edu](mailto:wдутан@upse.edu)**

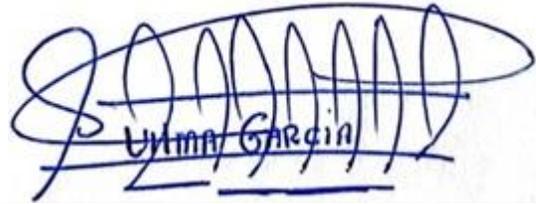
**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



---

Dra. Lilian Susana Molina  
Benavides, PhD.

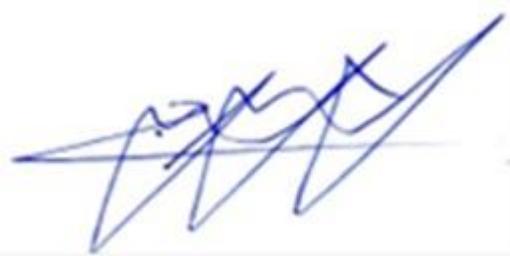
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcda. Vilma Maribel García  
González, Mgtr.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.

**DOCENTE TUTOR DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Cecibel Paola Reyes Rodríguez.  
**ESTUDIANTE**

# **La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en la fanpage De Radio Palmar Ec.**

Reyes Rodríguez Cecibel Paola.

Código Orcid 0000-0001-9953-3656

**Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de comunicación**

## **RESUMEN**

El presente estudio analizará el contenido informativo que se comparte en la fanpage de Radio Palmar EC, se verificará si el contenido informativo es verificado. A nivel local la ciudadanía se mantiene informada por medios de páginas de la plataforma social Facebook donde la información es instantánea. La fanpage de “Radio Palmar Ec” es un medio de comunicación procedente de la Comuna Palmar que influye en el pensamiento no solo de comuneros sino que es conocido a nivel de toda la zona norte de la provincia de Santa Elena. Por lo que es necesario comprender la dinámica y la diversidad de contenidos y buscar una mejora en la difusión de noticias y poder mantener informado a la comunidad. En esta investigación se consultó fuentes para conocer el nivel de importancia del término hiperconectividad y lograr conocer el nivel de interacción y participación de las audiencias durante la información de gran relevancia. En términos de metodologías se optó por un enfoque mixto con una combinación de diferentes técnicas, se realizó una encuesta dirigida a los seguidores de la página y se realizó la entrevista al que maneja la página “Radio Palmar EC” con la conclusión de que las redes sociales han influido en la nueva era tecnológica y la manera de compartir información.

**Palabras Clave:** *hiperconectividad, fanpage, proliferación, streaming, salud digital.*

# Hyperconnectivity and dissemination of informative content on the Radio Palmar Ec. fanpage

## ABSTRACT

*This study will analyze the informative content shared on the fanpage of Radio Palmar EC, and will verify whether the informative content is verified. At a local level, citizens stay informed through pages on the social platform Facebook where information is instantaneous. The fanpage of "Radio Palmar Ec" is a means of communication from the Palmar Commune that influences the thinking of not only the community members but is known throughout the northern area of the province of Santa Elena. Therefore, it is necessary to understand the dynamics and diversity of content and seek an improvement in the dissemination of news and to be able to keep the community informed. In this research, sources were consulted to find out the level of importance of the term hyperconnectivity and to be able to find out the level of interaction and participation of audiences during highly relevant information. In terms of methodology, a mixed approach was chosen with a combination of different techniques. A survey was conducted for the followers of the page and an interview was conducted with the person who manages the page "Radio Palmar EC" with the conclusion that social networks have influenced the new technological era and the way of sharing information.*

**Keywords:** hyperconnectivity, fanpage, proliferación, streaming, digital health.

## INTRODUCCIÓN

La investigación se realizó en base a la nueva era de digitalización. El tema a tratar es La Hiperconectividad y difusión del contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec.

Durante esta investigación se estableció tanto la línea y sublíneas de investigación que van alineados a la carrera de comunicación. Se consideró como tema de estudio, ya que localidades de zona norte de la provincia de Santa Elena se informan de fanpage que existen dentro de las redes sociales que son utilizadas con frecuencia.

La metodología que se aplicó durante la investigación es el enfoque mixto, por lo que se busca principalmente conocer el nivel de aceptación del contenido que se comparte en la fanpage y sobre todo constatar si el contenido es verificado antes de ser compartida por la audiencia. Se utilizó el método descriptivo que nos permite recopilar, analizar y presentar la información de manera específica.

La población establecida por el instituto nacional de estadística y censo nos indica que dentro de la comuna Palmar hay 6,000 comuneros de los cuales se aplicó la técnica de muestreo aleatorio por conveniencia, por lo que se determinó una muestra de 96, como se aplicó un muestro por conveniencia se escogió a 48 personas que la mitad de la muestra establecida. Se realizó el análisis y discusión de los resultados obtenidos. Para poder desarrollar la verificar la información ya citada de los autores y así cumplir con los puntos ya establecidos

El objetivo general es: Explicar cómo la hiperconectividad influye en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec y evaluar el grado de aceptación por parte de los seguidores. De igual manera se estableció objetivos específicos tales como: Explicar cómo la hiperconectividad ayuda en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec: Analizar el tipo de contenido informativo que transmite Radio Palmar Ec a sus seguidores.: Determinar la importancia de la hiperconectividad en el contenido informativos, donde estas sean contenidos verificados y veraces.

**Capítulo I**, se plantea la descripción y formulación de las preguntas de investigación y a su vez justificación, objetivos, hipótesis y variables.

**Capítulo II**, se engloba todo el marco teórico, donde se cita los antecedentes tanto internacionales, nacionales y locales que nos dan referencias de nuestro tema los cuales nos ayuden a tener más claro nuestras variables, Se cita el marco legal con que contiene las normativas jurídicas que garantizan la validez del proyecto. Se cita derechos y deberes que van direccionados a la comunicación.

**Capítulo III**, en este punto planteamos las herramientas de investigación, donde se plantea el tipo, enfoque, diseño, métodos, población y muestra.

**Capítulo IV**, Se establece los resultados de nuestros instrumentos ya aplicados, se realiza un análisis e interpretación de los datos obtenidos y finalmente se realiza la discusión de estos datos.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### ***1.1. Antecedentes del problema de investigación.***

#### ***1.1.1 Hiperconectividad***

La hiperconectividad es la interconexión de varios sistemas informáticos entre sí, que permite el intercambio de información de manera inmediata. Permitiendo que los usuarios generen interacciones instantáneas para; conversar, comentar y compartir contenido en tiempo real. La hiperconectividad se popularizó durante la década del 2000 por lo que, ha sido un objeto de estudio por varios autores. Además, (Nebreda & Costa, 2013) complementan que, para explicar la creación de las redes sociales, se debe hacer una mención a la llegada del internet y su origen.

Siendo en 1960 cuando se realizó un primer prototipo: computadoras en RED o (ARPANET) financiado por el Departamento de Defensa de EEUU. No fue hasta 1983 que los investigadores comenzaron a crear la “red de redes” y en 1990 el mundo conoció la red en línea con la creación de la World Wide Web (WWW). La naciente red social surge en 1997 con el nombre de SixDegrees y su función era localizar otros miembros de la red y crear listas de amigos. No obstante, esta red se cerró en el 2001 (p.4).

A finales del siglo XX, las (Mass Media) o la evolución de los modelos de comunicación tradicionales han ido cambiando constantemente. Como indica (Balsebre-Torroja y otros, 2023) que la radio en la actualidad no solo se escucha en las ondas análogas, sino que han migrado a la era digital usando las redes sociales para difundir sus programas.

Según, (Fontecillo, 2021) nos indica que las primeras redes sociales surgieron durante las décadas del siglo XXI, tras la generación del internet con los teléfonos móviles. El nacimiento del internet creó el sustrato para el nacimiento de empresas como Facebook.

Todos estos procesos han sido necesario para tener conexión de manera instantánea y crear un feedback en los internautas del momento. De acuerdo con los hallazgos de (Valle-Pería, 2022) en su investigación sobre la Evolución y consecuencias de la hiperconectividad, menciona que la evolución de las redes sociales y su adaptación en los dispositivos móviles cambian el comportamiento de los usuarios.

Bajo ese mismo contexto (Plúa, 2023) argumenta que la libertad de expresión es esencial en un mundo conectado, permitiendo que los usuarios se expresen libremente mediante textos, imágenes, videos entre otros. En este sentido, las estrategias de comunicación pueden ser empleadas para iniciar la autoexpresión.

Las Radios Online que usan las plataformas digitales de internet, como un medio de comunicación libre y los dispositivos móviles han permitido acercarse a nuevos sectores de audiencia que están pendientes al Streaming y al Podcasting. Las nuevas audiencias están inmersas al cambio constante y los medios tienen que adaptarse a sus necesidades (p.35).

Los cambios que generan las convergencias mediáticas exigen repensar el consumo radiofónico, tanto las emisoras convencionales como en las plataformas online. Con su expansión mediante dispositivos móviles y redes sociales. Notamos el cambio y la forma de comunicarnos con la llegada del internet a los dispositivos móviles (Celular, Tablet u Ordenador portátil). Coincidimos con (Balsebre-Torroja y otros, 2023)

En la investigación de (Octavio Islas, 2021) nos indica que el Imperio Zuckerbrtg son las plataformas de gran influencia a nivel mundial Facebook, Facebook Messenger, WhatsApp e Instagram.

En la actualidad las redes sociales evolucionan conectando a millones de personas alrededor del mundo. Los medios de comunicación tuvieron un salto evolutivo, el internet acopló los medios de comunicación y mejoró el flujo de información. En ese sentido, (Molina

& Toledo, 2014) argumenta que: A través del streaming, se suma la radio a la carta, un servicio que permite al oyente escuchar el programa que desee en cualquier momento y desde cualquier punto del planeta.

El auge de la nueva tecnología ha marcado un cambio notable, que conllevado que los medios tradicionales, busquen expandirse dentro de las redes sociales que son frecuentadas con normalidad por la sociedad. Sin embargo, la fanpage es la plataforma que no solo comparten información, sino que transmiten con inmediatez los acontecimientos que ocurren dentro de la sociedad, sin importar el lugar, ni hora. Se caracterizan por utilizar elementos visuales tales como: contenidos multimedia.

### ***1.1.2. Contenido Informativo***

Los hábitos de acceso a la información, adquiridos durante varios años, siguen teniendo un papel fundamental en el entorno moderno digital, de modo que el prestigio de los medios y la calidad del mensaje siguen siendo criterios básicos cuando se pretende consultar información. Por ello, las redes sociales lideran el tráfico de consumo, pero la búsqueda de datos actuales y creíbles recae mayoritariamente en las plataformas periodísticas de carácter nacional, local y deportivo y de matriz impresa o digital.

A través de su estudio “la credibilidad de los contenidos informativos” (García-Avilés y otros, 2014) discuten la facilidad y apego de los nativos digitales según la información que ven en internet.

Internet se ha convertido en la mayor fuente de información para la mayoría de jóvenes. Los conocidos como “Nativos Digitales”. Usan la Web para conocer lo que sucede a su alrededor, para orientarse sobre los asuntos que les interesan o preocupan, para debatir, compartir, participar y divertirse. Por tanto, el volumen de información al que acceden a

través de Internet resulta esencial para configurar sus propias ideas, actitudes y opiniones (p.5).

Los adolescentes conviven con los medios tecnológicos, recibiendo contenido de todo tipo de manera instantánea, siendo unos de los primeros en recibir la información e interpretarla, sin embargo, la poca relación de veracidad de datos provoca un sesgo en la información.

En la revista científica indexada Scielo en España, donde se habla de la gestión del contenido en Redes Sociales (Cueva y otros, 2023) argumentan que, existen diversas investigaciones, en las cuales se observa a las redes sociales (RR. SS) puedan ser usadas como medios de masificación y difusión de contenido científico.

La misión de la RR. SS y la gestión del contenido informativo, ya sea desde el marketing y la publicidad o noticioso, lo importante es que el nombre de la publicación haga presencia en el lugar donde se encuentra el público objetivo, con la finalidad de captar su atención. Para tener una mayor relevancia se debe considerar los siguientes atributos del contenido: Informativo, Educativo, Interesante, Divertido y sobre todo claro. Y a su vez en estos formatos; Video, Fotografía, video en vivo, grafica publicitaria, texto audio (p.198).

La importancia de conocer las funciones de las RR SS con el fin de ganar audiencia, no solo está enfocado en publicar información, sino en sistematizar y ordenar las ideas antes de ser publicado.

Los medios de comunicación tradicionales no han perdido audiencias, pese a la aparición de las nuevas tecnologías que se han posesionado en el ámbito informativo. El horario y los programas que son transmitidos tienen un horario que muchas veces no es fijo. En plataformas como Facebook es común ver programas educativos y espacios con

contenidos informativos. La ventaja de las transmisiones, es que quedan almacenadas en el perfil de la página, facilitando así el acceso de los internautas.

De acuerdo con las perspectivas de (López & Cotera, 2019) en su análisis sobre la construcción de contenidos informáticos a partir de la ética del periodista guayaquileño 3.0 mencionan:

El manejo de la información por parte de los medios digitales, es una extensión de medios tradicionales y para continuar con este rol fundamental en la sociedad de informar, se requiere preservar los principios básicos como periodistas; buscando la verdad, ser responsables y actuar con transparencia ante la audiencia (p.19).

Cabe recalcar que la información compartida suele ser nacional, internacional y local. En este argumento se plantean varios desafíos importantes. Uno de los desafíos más críticos es la calidad y la veracidad del contenido que se comparte.

En el mismo contexto (Sarzoza, 2021) en su investigación sobre el análisis de contenido en redes sociales para la prensa digital de la zona 5-Ecuador, considera que:

La comunicación periodística refleja una transformación digital en los últimos años, donde el consumo de noticias se realiza primordialmente a través de la RR SS; lo cual conlleva a un cambio en el comportamiento de la audiencia y sus hábitos de consumo (p.14).

Además (Muñoz, 2024) consideró en su investigación local, que el enfoque de las fuentes, la relevancia y la interactividad con la audiencia, es comprender como el medio contribuye a la construcción de la identidad local y la participación cívica de la comunidad.

### ***1.1.3. Relación de la hiperconectividad y los contenidos informativos en la entidad Radio Palmar EC.***

Desde el punto de vista de esta investigación y de las variables que se están utilizando tanto como; **la hiperconectividad y contenidos informativos**. Se ve que Radio Palmar Ec, es una página creada en la red social Facebook, identificada en la provincia de Santa Elena, zona norte Comuna Palmar, usa esta aplicación con el fin de mostrar contenido informativo y lo que acontece en la comuna y poder mantener informados a sus seguidores.

Cabe recalcar que las fanpage son páginas que se crean en la red social de Facebook que no tienen una identidad de red analógica, que es la que la diferencia con una radio tradicional. Esta página de fanpage Radio Palmar Ec, utiliza las herramientas de la hiperconectividad al realizar transmisiones en vivo (Live) o Stream.

La investigación en la página de Fanpage de Radio Palmar Ec, se quiere ver si cumple con los componentes de transmitir en sus RR.SS, implementando los usos adecuados de la hiperconectividad en su contenido informativo transmitidos, y si estos, cumplen con la ética del periodismo profesional.

El incremento de utilizar las redes sociales dio paso a la creación de diversas páginas con contenido informativo. Lo que ha ocasionado que profesionales en comunicación creen plataformas con etiquetas de "Radio" o "Revista", sin identidad real de medio de comunicación al que se refieren.

Se ve la necesidad de investigar la fanpage de Radio Palmar Ec para observar si sigue los códigos éticos del periodismo, además de averiguar si a través del contenido multimedia difunde contenido informativo que beneficia a su comunidad.

## **1.2. Formulación del problema de investigación.**

¿Por qué es importante la hiperconectividad para la difusión de contenido informativo en la entidad de Radio Palmar Ec?

### **1.2.1. Preguntas de investigación**

- ¿De qué manera ayuda la hiperconectividad en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec?
- ¿Qué estrategias utiliza la fanpage para detectar las fake news en su página de Radio Palmar Ec?
- ¿Cómo perciben los seguidores, el contenido informativo que proporciona la página de Facebook de Radio Palmar Ec en un entorno hiperconectado?

## **1.3. Objetivos.**

### **1.3.1. Objetivo general.**

- Explicar cómo la hiperconectividad influye en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec y evaluar el grado de aceptación por parte de los seguidores.

### **1.3.2. Objetivos específicos.**

1. Explicar cómo la hiperconectividad ayuda en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec.
2. Analizar el tipo de contenido informativo que transmite Radio Palmar Ec a sus seguidores.
3. Determinar la importancia de la hiperconectividad en el contenido informativos, donde estas sean contenidos verificados y veraces.

#### ***1.4 Justificación de la investigación.***

Los medios de comunicación y los futuros difusores de información tienen un papel crucial en la formación de la percepción pública y la realidad de los receptores. La información que seleccionan y presentan puede influir en las opiniones y acciones de la audiencia, por lo que es fundamental que sepan manejar el contenido de manera responsable y ética.

Los contenidos informativos pueden tener rasgos de propagación de información falsa o sesgada, es esencial que tanto los medios de comunicación y los futuros promuevan la verificación de fuentes, con la intención de mejorar de manera constante los datos verificados de información.

En la actualidad se vive en un mundo donde la hiperconectividad domina con normalidad, donde ha sido parte de la transformación y unión de comunidades permitiendo que los usuarios pasen conectados entre sí, de manera más directa, generando la interacción inmediata o en su vez un feedback con los internautas del momento quienes están activos e interactuando con la plataforma digital.

Las actualizaciones de las plataformas digitales han traído grandes beneficios para las diferentes páginas. Por ejemplo: las transmisiones en vivo o (Live informativos) generan una reacción de manera directa permitiendo ver e identificar a los implicados, la hora y el lugar de los hechos noticiosos.

Por esa razón es importante indagar más sobre el tema de la hiperconectividad y la difusión de los contenidos informativos en los medios de comunicación digital y observar la influencia que generan a las comunidades.

Las terminologías planteadas que hacen referencia a los medios tales como: Radio, Televisión y Medios escritos, considerados fuentes de información primarias y medios tradicionales, se han visto afectados con la implantación de las RR SS y la bajada de su Raiting, sin embargo, estos medios se han adaptado a los cambios y forjando su identidad en estas plataformas digitales. Para los usuarios que frecuentan el contenido consideran y reconocen estos medios digitales como una fuente noticiosa.

### ***1.5 Hipótesis***

La hiperconectividad y el uso intensivo de plataformas digitales para la difusión de contenidos informativos en la fanpage de Radio Palmar Ec, mejoraran la interacción y la percepción de la audiencia sobre la calidad de la información.

### ***1.6 Variables***

#### ***1.6.1. Hiperconectividad***

Estamos en una sociedad hipermediatizada y hiperconectada lo cual ha transformado los modelos de comunicación ayudando a la ciudadanía en acercarse a la información instantánea. La unión de estas dos palabras tiene como objetivo relacionar Híper de inmenso y conectividad de unión. De acuerdo con (Santos y otros, 2023);

En la inmensurable búsqueda de información de la investigación sobre la Educomunicación en la era de la hiperconectividad: refleja que los medios tradicionales tienen un papel importante en la actualización y entrega de conceptos e imágenes al público receptor. “La interacción con las tecnologías y los contenidos digitales requieren una actitud reflexiva y crítica con respecto a su evolución” (pág.191).

De esta manera, la hiperconectividad permite a los usuarios tener la información de los contenidos digitales en una mayor velocidad e inmediatez. La accesibilidad del contenido

llega a todos lados para que el consumidor pueda ser crítico y a su vez reaccionar a lo difundido masivamente.

Según un estudio realizado en la Universidad de PIURA y la Universidad de Navarra, en la revista de Comunicación (Serrano-Puche, 2019) menciona que; “Vivir es, de manera creciente, estar pegado a la pantalla y conectado a la red” (pág.300). Sin embargo, otros autores como (Carranza & Jadán, 2020) mencionan; que es indispensable la era de la hiperconectividad, “Encontrar un modo eficaz de gestionar la sobreabundancia informativa a la que diariamente se enfrentan los ciudadanos, De lo contrario, éstos corren riesgos de no lograr digerir toda la información que consumen, y podrían ser incapaz de convertir dicha información en conocimiento”. (pág.5).

La hiperconectividad está cambiando la vida cotidiana, sus espacios y sus tiempos: la manera en la que las personas se comunican, cuida de su vida. Las personas están experimentando un cambio de época y adaptándose a las nuevas tecnologías.

En otro punto de vista (Yagual & Bernardino, 2024) en su proyecto de investigación acerca del edutretenimiento y la difusión de contenidos mencionan;

“las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son necesarias para el desarrollo del entretenimiento educativo, al mismo tiempo, provocan un cambio social. Además, las RRSS son ideales para difundir contenido audiovisual, lo que crea nuevos canales para el intercambio de información”. (pág.28).

La difusión del contenido es emitida y distribuida a través de las múltiples conexiones formando una hiperconectividad que permite unir a los usuarios en línea y generar un Feedback o una retro alimentación en milisegundos.

### ***1.6.2 Contenido Informativo***

Actualmente, los contenidos informativos y el periodismo actual, van de la mano, fortaleciendo la conexión a los usuarios, dando a conocer la realidad de lo que pasa en el mundo con solo publicar algo en las RR SS. Los jóvenes y la modernidad crean procesos de adaptación y aprendizaje en lo que observan en las pantallas.

Por esa razón (Palau-Sampio & Iranzo-Cabrera, 2024) defienden una idea de “La claridad periodística a través de los medios digitales”, los divide con contenido relevante y contenido pobre.

Todos los contenidos relevantes, cumplen con la función de transmitir, informar y compartir el mensaje a todos lados de la audiencia, cumpliendo las técnicas de persuasión, sin embargo, el contenido pobre como se le denomina, es el posteo con carencia de atención al público, una publicación simple atrae al espectador y provoca que el usuario se desvincule de la noticia o la información que se está observando (pág. 395).

En resumen, el contenido informativo esta diverso en distintas redes sociales y el periodismo acoge estas plataformas digitales para adaptarse a nuevo público objetivo fortaleciendo lazos de entidad y emisor provocando un feedback contractivo.

(Jiménez y otros, 2024) En su investigación científica menciona; las ciencias informáticas profundizan el interés en los temas relacionados con la documentación y los medios de comunicación. Sin embargo, en otro artículo (Rentería, 2020) argumenta que; en base a un estudio de las Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenido informativo en el periodismo deportivo en la Ciudad de Guayaquil.

El periodismo actual debe estar relacionado con el internet, tanto el periódico, Radio y televisión. Deben tener un espacio dedicado al manejo de la información en la diferentes fanpage, sitios WEB o en diferentes RRSS. Los contenidos informativos deben de enriquecer

el debate científico dado al usuario una oportunidad de aprendizaje serio y sostenido, fortaleciendo continuamente el medio tecnológico que sirve de nexo de comunicación para estar informado. (pág.671).

Las redes sociales permiten; que toda una población, comunidad o todo el mundo pueda enterarse de lo que sucede a niveles, Internacional, Nacional y Local. Donde el usuario pueda visualizar información relevante y de lo que esté buscando. El manejo de las RRSS, permite tener una mayor difusión y control en cada una de las publicaciones dirigido a los internautas que frecuentan estas plataformas digitales.

## **2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

### **2.1 *Conocimiento actual.***

Al tratar de temas como hiperconectividad y temas de contenidos informativos que se comparten dentro de las redes sociales por lo que nos estamos alineando a temas tecnológicos, donde no solo el ser humano se ha adaptado, sino que también los medios de comunicación y ha sido un temas que varios autores han citado.

(Hernández-Guerra , 2021) Considera que la sociedad contemporánea parece ver con naturalidad la integración de las nuevas tecnologías en sus procesos de comunicación. En cuanto al desarrollo humano del individuo, en particular en los jóvenes. Sin embargo (Vázquez-Barrio, Torrecillas-lacave, & Suárez-Álvarez, 2021) considera que se estudia las actitudes al momento de consumir información y poder fijar los elementos que configuran la credibilidad de las noticias y captar los argumentos sobre el grado de confianza en los medios periodísticos y en las noticias en línea procedentes de otras fuentes.

La evolución tecnológica y de dispositivos tecnológicos ha mejorado en gran escala la comunicación tanto en el aspecto negativo como positivo. En la actualidad la nueva generación es llamados nativos digitales por la facilidad que adquieren en la utilización de los nuevos dispositivos. Se ha desarrollado estudios donde nos dicen que la tecnología no es mala sin embargo debemos tener una educación para no afectar la salud mental y no excluirse de la sociedad.

### **2.2. *Fundamentación teórica y Conceptual.***

#### **2.2.1. *Comunidad informativa***

Los usuarios que comparten contenido con fines prosélicos (convencer, persuadir o corregir), los datos revelan que los usuarios se motivan en compartir noticias en sus redes sociales. (Segado-Boj & Chaparro-Domínguez, 2021)

Estos usuarios crean grupos de amigos, con la misma característica o intereses sociales o políticos. Usan redes conocidas como; Facebook, Twitter actualmente X, Instagram, para hacer una asociación, grupos de difusión, que ayuden a mantener informada a la comunidad constantemente. Estos grupos pueden ser privados o públicos, dependiendo del tipo de contenido que se maneje en la comunidad. (p.85).

En otra perspectiva la Web (GUK, 2022) mantiene una información relevante de; “Cómo construir tu comunidad desde cero en Redes Sociales”, aportan con los siguientes puntos claves;

Las empresas actuales están diseñando múltiples estrategias de comunicación digital. Las social medias no iban a ser una excepción, los primeros para tu marca, empresa o proyecto en X, Facebook, LinkedIn o Instagram, se debe tener muy en cuenta en el efecto “discoteca vacía” fundamentalmente para no caer en él. Esto quiere decir, que el usuario que interactúa en la página web, al no encontrar información relevante o una fuente de información interesante, el usuario no se quedara en el sitio, se aburrirá y se ira de el con probabilidades que no vuelva a regresar. (Sitio Web).

Este sitio Web, menciona puntos importantes que son relevantes para esta investigación.

- ***Puesta en Marcha: Personalización y Activación;*** Consiste en analizar la disponibilidad de la marca para diversos perfiles en redes sociales. Lo ideal es hacer coincidir el nombre de usuario en todas las cuentas.
- ***Permanece a la escucha, activa;*** La escucha activa resulta clave para la estrategia social. Mediante la monitorización en tiempo real de la actividad

en redes, se logra identificar a los influencers de cercanos y se observan los gustos de la comunidad natural.

- ***Promocionar la Comunidad;*** Se utilizan las opciones que brindan las redes sociales para poder ingresar dinero en las plataformas con la opción de impulsar el contenido en las redes sociales, con el fin de que más usuarios puedan ver el contenido.
- ***Impulsar la participación;*** Una vez alcanzado el número de fans o followers el objetivo es; activar la participación y la interacción con los usuarios, impulsar la conversación con la comunidad se requiere conocer bien los intereses del usuario.

### ***2.2.2. Adaptabilidad e innovación***

La adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios, se enfoca cómo la innovación destructiva generada por las tecnologías fuerza a los medios de comunicación tradicionales a pasarse al entorno digital (Campos-Freire, 2020)

En otra investigación de la misma importancia (Sancho, 2023) manifiesta sobre la adaptación de los medios de comunicación y los formatos que utilizan cuando publican noticias en redes sociales como Instagram. (p.136).

Las redes sociales facilitan al ciberperiodismo diferentes canales a través de los cuales pueden llevar a cabo su función; donde permiten al usuario crear y difundir contenidos. Por tanto, se debe asumir que los medios de comunicación ya no son los únicos que emiten contenido en este nuevo espacio, sino que lo comparten con diferentes públicos que son receptores y emisores del mismo.

La red social Instagram posee contenido muy visual, que favorece en su diseño

de interacción la prevención de movilidad, instantaneidad y autenticidad en la comunicación visual. (p.137).

Se asume que el periodista puede hacer uso de la red social Instagram para llegar a las diferentes audiencias de la manera más creativa posible utilizando las herramientas que promociona esta red social para captar atención del público.

### ***2.2.3. Páginas y plataformas digitales***

El Internet ha transformado significativamente la forma de los medios de comunicación y los periodistas cada vez se van adaptando a la era digital y la información pueda ser distribuida en tiempo real a través de diferentes plataformas y redes sociales.

(Guarnizo y otros, 2022) “Por hoy las redes sociales y las plataformas digitales de comunicación brindan un nuevo panorama al quehacer periodístico, el profesional del siglo XXI requiere ser capacitado para transformar la convergencia de los medios, así como la migración de las actividades tradicionales al entorno digital”. (p.359).

El mundo del periodismo ha dado un giro de 180° con la llegada de la tecnología. Las aplicaciones móviles se han convertido en aliados indispensables para los profesionales de la información (Lacarcel, 2023) menciona diez aplicaciones para el periodista del siglo XXI;

- ***Evernote: Tu cuaderno de notas Digital;*** Esta aplicación permite tomar notas, capturar ideas, guardar recortes web, grabar notas de voz y sincronizarlo con el dispositivo.
- ***Trello: Gestión de proyectos simplificada;*** Es una aplicación de gestión de proyectos que utilizan tableros y tarjetas para organizar tareas.
- ***Google Drive: Almacenamiento en la nube colaborativo;*** Es esencial para almacenar y compartir documentos, hojas de cálculo, imágenes y videos.

- ***Feedly: Agregador de Noticias Personalizado***; Esta aplicación ayuda a mantener al día con las últimas noticias y artículos de tus fuentes favoritas, esta aplicación es relevante para la recopilación de información.
- ***Metricool: Gestión de Redes Sociales Centralizada***; Permite gestionar y programar publicaciones en diversas redes sociales desde una única plataforma. Es esencial para difundir noticias y mantener una presencia activa en las redes.
- ***Audacity: Edición de Audio Profesional***; Es un editor de audio gratuito que permite grabar y editar entrevistas, así como producir podcasts y material de audio de alta calidad.
- ***CamScanner: Escaneo de Documentos en tu Bolsillo***; Convierte el dispositivo móvil en un escáner portátil, ideal para digitalizar documentos físicos, tarjetas de visita o nota de reuniones.
- ***Datawrapper: Visualización de Datos Impactante***; Esta herramienta ayuda a crear visualizaciones de datos interactivas y atractivas para enriquecer tus historias y hacer que los datos sean más comprensibles para la audiencia.
- ***TinEye o Google Reverse Imagen Search***; Útiles para la verificación de imágenes, permitiendo encontrar el origen y la autenticidad de una imagen en línea.

#### ***2.2.4. Contenidos Generados***

Los contenidos generados por influencers (IGC) es cualquier tipo de contenido que un influencers comparte y crea con el fin de hacer crecer su audiencia o su marca. (Alanis, 2024)

Menciona do clasificaciones de contenidos.

- **Contenido Generado por usuarios (UGC);** se refiere a cualquier tipo de material. Como texto, imágenes, videos, reseñas, publicaciones en redes sociales.
- **Contenido generado por Influencers (IGC);** Este contenido se refiere a material de marketing, como publicaciones en redes sociales, videos de reseñas, creado y compartido por personas influyentes en línea con el fin de promocionar productos, servicios o marcas específicas

### **2.2.5. Tipos de noticias falsas**

Según (Castillo-Riquelme y otros, 2021) La difusión de noticias falsas encarna un apremiante problema para la democracia que se ve agudizado por la ubicuidad de la información disponible en el internet y por el aprovechamiento de quienes, apelando a la emocionalidad de las audiencias, han capitalizado a su favor la inyección de falsedades en el entramado social.

Las fake news también conocidas como noticias falsas o engañosas mantienen una calificación por el tipo de contenido difundido según la empresa de antivirus (Kaspersky, 2024) consideran dos tipos generales de noticias falsas;

**Historias deliberadamente imprecisas;** es decir, la gente no sabe que son historias falsas, pero las publica de todos modos. Es posible que esto lo hagan para manipular la opinión pública o dirigir el tráfico a un sitio web específico.

**Historias que contienen elementos reales;** en su mayor parte son imprecisas. Esto puede deberse a que el escritor no ha verificado todos los hechos, o bien exageró ciertos aspectos para plantear un punto en particular. (Sitio Web).

La misma página web, encardada del control de virus para los usuarios menciona varios tipos de noticias falsas.

### ***Tipos de Noticias Falsas***

- **Ciberanzuelos;** El sensacionalismo vende, y las historias atroces o extrañas y las imágenes distorsionadas impulsan a la gente a que haga clic y comparta en línea. Los ciberanzuelos (o "click bait") se refieren a historias deliberadamente diseñadas para obtener más visitas a un sitio web y aumentar las ganancias publicitarias para los dueños de sitios web, generalmente a expensas de la verdad y fidelidad.
- **Propaganda;** Este se refiere a historias falsas o distorsionadas escritas para engañar a la audiencia e impulsar una agenda política o una perspectiva sesgada.
- **Periodismo de Mala Calidad;** Los periodistas no tienen el tiempo para verificar todos los hechos antes de publicar, lo cual da lugar a que errores genuinos se conviertan en noticias falsas.
- **Encabezados Engañosos;** A veces, una historia puede ser verdad en gran parte, pero se utiliza un encabezado engañoso o sensacionalista para tentar a los lectores a hacer clic.
- **Contenido de impostores;** Esto ocurre cuando alguien se hace pasar por una fuente genuina de noticias y comparte historias falsas o inventadas para engañar o confundir a la audiencia.
- **Sátira o parodia;** Algunas noticias Falsas se publican con fines de entretenimiento. Por ejemplo, las historias de sátiras utilizan el humor, la ironía o la exageración para bromear acerca de las noticias o los famosos.

### **2.2.6. Rapidez e inmediatez**

La inmediatez tiene como característica la velocidad con la que se difunde una información, es un factor importante en el espacio digital y en el ámbito comunicativo, porque permite a los ciudadanos estar constantemente actualizados con información.

(Dután y otros, 2022) En el análisis de una entrevista se resalta que; “el contraste de los datos no forma parte de una información emitida en el contexto de la inmediatez”. (p.78).

Sin embargo, los usuarios están en la constante recepción de información, interactuando en la red en segundos, sin dejar pasar un lapso de tiempo en reacción, donde se ha demostrado que los internautas no suelen verificar lo que se está observando. Provocando así una desinformación y compartiendo el contenido en diferentes grupos, ocasionando una ola de desinformación.

### **2.2.7. Compromiso social**

La comunicación y el compromiso social y de la sostenibilidad se encuentra de renovado interés dado los retos sociales que se enfrentan en la actualidad, manifiestan (Costa-Sánchez & Peñafiel-Saiz, 2024).

**Promoción de causas sociales: perspectiva de género como transformación social;** Los medios de comunicación tienen que mostrar sus contenidos con perspectiva de género contribuyendo a la empatía entre la humanidad a través de un periodismo serio, justo y riguroso. Fundamentando el concepto de la (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2024) a través de la agenda 2030 en su objetivo número cinco ha definido la igualdad de género e insta a trabajar y asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres, así como a

tener la igualdad de oportunidades de liderazgo en la vía política, economía pública.

**Comunicación para la paz, un valor sostenible y social;** Los medios de comunicación a través de sus contenidos tienen que mostrar perspectivas que conduzcan a soluciones por vías pacíficas y favorezcan la empatía entre las personas enfocado a un periodismo más riguroso, justo y honesto, reflejo de una sociedad diversa y plural.

El compromiso social y el periodismo juegan un papel importante para la ciudadanía, un periodismo libre de falsedad y libre para todos, es el compromiso que pone la ONU en su agenda del 2030.

#### ***2.2.8. Fuentes de información***

***“un medio sin fuentes es un medio muerto”***, (Ruiz & Albertini, 2008) Considero varios aspectos como; productividad, confiabilidad, honradez, autoridad y corrección e inteligibilidad. Que forman parte fundamental para establecer la clasificación de las fuentes de información. (p.16).

- ***Fuentes Primarias o de Primer Orden;*** Son aquellas que están informadas por su propia participación en el hecho noticiable, ya sea como partes (participantes) o como testigos (observadores directo) de lo ocurrido.
- ***Fuentes Secundarias o de Segunda Orden;*** Son aquellas que se informan mediante relatos informativos que, de manera oral o escrita, buscan o reciben de las fuentes primarias.
- ***Fuentes Resistentes;*** los que sin bloquear el acceso a la información oponen obstáculos y resistencias.

- ***Fuentes Abiertas;*** Las que si bien no oponen resistencia tampoco asumen la iniciativa.
- ***Fuentes Espontáneas;*** Las que asumen la iniciativa de informar.
- ***Fuentes Ávidas;*** Las que adoptan esta postura, pero con mayor intensidad y urgencia.
- ***Fuentes Compulsivas;*** Las que asumen esta actitud, pero con recursos estratégicos que obligan al periódico a comunicar su información.

En otra fuente de información de la página Web (Editorial Etecé, 2024) clasifican y simplifican los tipos de fuentes de información en;

- ***Fuentes primarias;*** Son las más directas respecto al elemento investigativo, pueden ser; testimonios, fotografías, objetos, documentos oficiales, videos.
- ***Fuentes Secundarias;*** Son las que se elaboran a partir de las fuentes primarias, ejemplo; libros, monografías, revista especializadas, informes de investigación, artículos académicos.
- ***Fuentes Terciarias;*** Son las que se elaboran a partir de las fuentes primarias y secundarias, ejemplo; manuales, diccionarios, enciclopedias, resúmenes, síntesis.

Las fuentes de información son importantes para los periodistas de la nueva era, conocer cómo funcionan las fuentes ayuda a los comunicadores en clasificar su contenido y en orientarse a la hora de redactar y publicar información.

### ***2.3. Marco Legal***

El marco está compuesto de leyes, normativas y regulaciones que nos ayudan a entender las responsabilidades y límites, que existen dentro de la comunicación; a continuación, detallamos varios de estos artículos: **la cumbre mundial sobre la sociedad de la información (2004), El plan de la sociedad de la información y el conocimiento (2024).**

#### ***2.3.1. Declaración de principios.***

##### **Construir la sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio.**

##### **A. Nuestra visión común de la sociedad de la Información.**

los representantes de los pueblos , se reunieron en Ginebra en el año 2003, por motivo de la creación de la primera fase de la cumbre mundial de la sociedad de la información declarando así los deseo y el compromiso común de construir una sociedad de la Información en beneficio de las personas que estén integradas a la orientación y sobre todo al desarrollo, para poder crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, respetando plenamente y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Se reafirma el compromiso con lo dispuesto en el Art 29 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que nos indica que toda persona tiene deberes, puesto que sólo en ella se desarrolla libre y plenamente su personalidad, y que, en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de sus libertades, toda persona estará solamente sujeta a las limitaciones establecidas por la ley con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades, y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general en una sociedad democrática. De esta manera, fomentaremos una Sociedad de la Información en la que se respete la dignidad humana.

8. Se reconoce que la educación, el conocimiento, la información y sobre todo la comunicación juegan papeles esenciales para el progreso, la iniciativa y sobre todo el bienestar de los seres humanos. Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) tienen inmensas repercusiones en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas. El rápido avance de las tecnologías da oportunidades para alcanzar niveles de desarrollo.

Las TIC sirven para reducir obstáculos tradicionales, especialmente el tiempo y la distancia, posibilitan, por primera vez en la historia, el uso del potencial de estas técnicas en beneficio de personas en todo el mundo.

17. Reconocemos que la creación de una Sociedad de la Información integradora requiere nuevas modalidades de solidaridad, asociación y cooperación entre los gobiernos y demás partes interesadas, es decir, el sector privado, la sociedad civil y las organizaciones internacionales. Se reconociendo que objetivo de la presente Declaración es colmar la brecha digital y garantizar un desarrollo armonioso.

### ***2.3.2. El plan de la sociedad de la información y el conocimiento 2024 - 2025.***

#### ***Subsecretaría de fomento de la sociedad de la información y economía digital***

La ley orgánica de telecomunicaciones en el Art. 88.- Promoción de la Sociedad de la Información y del Conocimiento. El Ministerio rector de las Telecomunicaciones iniciará la sociedad de la información y del conocimiento para el desarrollo integral del país. Dicho órgano deberá orientar su actuación a la formulación de políticas, planes, programas y proyectos destinados a:

1. Garantizar el derecho a la comunicación y acceso a la información.
2. Promover el acceso universal a los servidores de telecomunicaciones, en especial en zonas urbanas marginales o rurales, con el fin de asegurar una cobertura adecuada para el beneficio de los ciudadanos ecuatorianos.

3. Promover el establecimiento adecuado para la construcción de una infraestructura de telecomunicaciones.
4. Encaminar el servicio universal.
5. Promover el desarrollo del uso de la información por medio de las tecnologías dentro del territorio nacional.
6. Apoyar la educación de la población en materia de información y tecnología de las información, a fin de facilitar el uso adecuado de los servicios o equipos
7. Promover el desarrollo y liderazgo tecnológico dentro del país que permiten la implementación de nuevos servicios y tarifas equitativas.

La disponibilidad y el uso de las tecnologías y las comunicaciones, el desarrollo de aplicaciones y contenidos digitales, la introducción de nuevas tecnologías y la provisión de educación técnica que son los pilares fundamentales de la sociedad de la información donde los ciudadanos tienen derechos .

La sociedad de la información y el conocimiento tendrá los siguientes fines:

- a) Promover el uso y apropiación de las Tic.
- b) Promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones, y la prestación de servicios para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- c) Promover políticas de competencia acordes a la era digital.
- d) Incentivar y promover el desarrollo de la industria de software y servicios de las tic, para contribuir el crecimiento económico
- e) Promover la transformación digital , con especial énfasis en los sectores de salud, educación y productividad

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 *Tipo de investigación***

##### ***Investigación básica***

La respectiva investigación se estructura de un enfoque mixto, donde se incorporan métodos cualitativos y cuantitativos con el fin de recopilar datos y comprender a profundidad la hiperconectividad y el contenido informativo de la página de Facebook de la entidad Radio Palmar Ec.

Una investigación básica es fundamental cuando se quiere realizar una extensión de conocimientos y la comprensión de un fenómeno la cual se vaya a observar (Guevara y otros, 2020) mencionan:

La investigación se encarga de recopilar datos importantes para generar hipótesis que luego se prueban o respaldan. Primero es una investigación inicial y segundo se trata de la obtención de datos de las dimensiones de las personas de contexto social. Se enfoca en responder preguntas sobre la situación actual del sujeto y las relaciones que existen entre ellos (p.169).

Por ello, esta investigación utiliza este proceso de recopilación de datos generando teorías y conceptos, además que no pretende resolver problemas prácticos o aplicados directamente.

Es por ese motivo, (Alvarez, 2020) menciona sobre la clasificación de la investigación. Cuando se habla de investigación básica se orienta a un nuevo conocimiento de manera sistemática, con el único Objetivo de incrementar el conocimiento de una realidad concreta (p.5).

La finalidad de utilizar este modelo de investigación es necesario para comprender este proyecto, donde se plantea recabar datos estratégicos con un enfoque distinto establecido en el lugar de la indagación que en este caso sería la provincia de Santa Elena - Palmar - Ecuador.

Además, el objetivo es encontrar datos reales que aporten con la indagación planteada, por esa razón se aplicará a los usuarios frecuentes de la página de Facebook.

### **3.2 *Diseño de investigación.***

#### ***Diseño de investigación descriptiva***

Los diseños para una investigación descriptiva se utilizan para un enfoque metodológico que consiste en; recopilar, analizar y presentar información de manera objetiva de una situación específica, por lo tanto, (Guevara y otros, 2020) complementan:

La investigación descriptiva pretende describir determinadas características fundamentales. Utilizando criterios sistemáticos que establecen una estructura de comportamiento, proporcionando información sistemática y comparable a la de otros (p.165).

Por ende, se elegirá la utilización de una investigación descriptiva en este proyecto, sobre la hiperconectividad y la difusión del contenido informativo en la parroquia Palmar de la provincia de Santa Elena, permitiendo así la posibilidad de analizar los datos que se van a recabar con la finalidad de extraer información fundamental para esta investigación planteada.

## **Investigación con enfoque mixto**

El tipo de investigación con un enfoque mixto es considerado un modelo cuantitativo, y cualitativo; el proceso para la recopilación de datos en este enfoque son las técnicas de la encuesta con su instrumento el cuestionario y la entrevista con su respectiva guía de preguntas.

(Ortega, 2022) Aporta con su pensamiento en el modelo de la investigación mixta, donde considera que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigaciones cuantitativas como cualitativa además afirma:

Los datos cuantitativos tienen estructuras como información cerrada que se utiliza para medir actitudes en una escala de puntuación, estos datos son estadísticos son recopilados a través de encuestas, para responder a las preguntas de la hipótesis. Además, se considera también los datos cualitativos entran los modelos de entrevista grupos de discusión y de observación (p.25).

Las investigaciones mixtas están conformadas por dos o más técnicas de investigación, tanto como proyectos cuantitativos y cualitativos, además formula compensa las debilidades de trabajar datos por separado.

Se utilizó este método científico porque procura obtener información fundamental en diversas fuentes de estudio. Su finalidad es analizar, comprender y plantear hipótesis con finalidad de un próximo análisis más profundo. Además, este enfoque proporcionará una visión integral de la calidad, relevancia y efectividad del contenido. Debido a que se acercara más a las personas para entender su comportamiento y opinión al tema formulado para esta indagación científica.

### ***3.3. Alcance de la investigación.***

La indagación propuesta tiene un alcance significativo en la comprensión para explicar cómo la hiperconectividad influye en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec y evaluar el grado de aceptación por parte de los seguidores.

Este estudio no solo contribuirá con el campo de la interpretación la hiperconectividad, sino que también en la difusión de contenido informativo, este proyecto potencia la investigación para futuros investigadores, promoviendo un enfoque nuevo y comprensible.

De igual manera, este proyecto no se limita al ámbito académico, sus diferentes variables ayudan para que se vea más en proyectos sociales, de integración y de exploración para otros estudios. Los futuros investigadores podrán guiarse en el trabajo como una fuente de conocimiento, además aporta significativamente en los estudios locales de la provincia y la universidad.

Finalmente, los beneficiarios de la investigación obtendrán información importante, relevante y ecualizada. Con el fin que tenga relevancia al pasar de los años.

### ***3.4. Operacionalización de las variables***

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	Instrumentos
VARIABLE INDEPENDIENTE: LA HIPERCONECTIVIDAD.	Vivimos en una sociedad hipermediatizada e hiperconectada que ha transformado los modelos de comunicación ayudando a la ciudadanía en acercarse a la información instantánea. La unión de estas dos palabras tiene como objetivo relacionar Híper de inmenso y conectividad de unión. De acuerdo con (Santos y otros, 2023)	CULTURA DIGITAL  TRANSFORMACIÓN DE LAS REDES SOCIALES.  LA WED 2.0  ACTIVISMOS DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- COMUNIDAD INFORMATIVA</li> <li>- ADAPTABILIDAD E INNOVACIÓN</li> <li>- PÁGINAS Y PLATAFORMAS DIGITALES</li> <li>- CONTENIDOS GENERADOS</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Considera que la hiperconectividad influye en la cultura digital y comportamiento de los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec?</li> <li>2. ¿Cómo cree usted que la hiperconectividad ha transformado las redes sociales, en términos de producción, distribución y consumo de contenidos?</li> <li>3. ¿Para usted, en qué medida la hiperconectividad potencian las características de las plataformas digitales?</li> <li>4. ¿Considera usted que la hiperconectividad ha potenciado el impacto de las fanpage en la difusión del contenido generado?</li> <li>5. ¿Cómo cree usted que la hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna Palmar en relación con los contenidos generados?</li> </ol>	Entrevista  Guía de pregunta
VARIABLE DEPENDIENTE: CONTENIDO INFORMATIVOS	La tecnología en la comunicación se han desarrollado nuevas formas para la producción de contenidos informativos, una de estas herramientas son las redes sociales, las cuales representan para el periodismo una alternativa accesible y eficiente para la creación de medios independientes. (Cercado, 2023)	LAS FAKE NEWS.  INTERACCION DEL USUARIOS.  PERIODISMO DIGITAL Y NOTICIAS.  LA VERACIDAD Y CREDIBILIDAD.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TIPOS DE NOTICIA FALSA</li> <li>- RAPIDEZ E INMEDIATEZ.</li> <li>- COMPROMISO SOCIAL</li> <li>- FUENTES DE INFORMACIÓN</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿En qué escala considera usted, que el contenido informativo ha evolucionado y se ha adaptado en respuesta a la interacción con los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec?</li> <li>2. ¿Considera usted que el contenido informativo ha influido con el compromiso social de la fanpage de Radio Palmar Ec?</li> <li>3. ¿Para usted, la evolución del contenido informativo está transformando el enfoque del periodismo digital?</li> <li>4. ¿Usted frecuentemente revisa y comparte contenido informativo de la fanpage Radio Palmar Ec?</li> <li>5. ¿Usted considera que las fanpage de Radio Palmar Ec comparten contenido informativo que sea verificado, veraz y creíble?</li> </ol>	Encuesta  Cuestionario

### ***3.5 Población, muestra y periodo de estudio.***

#### ***3.5.1. Población***

La población estudia un conjunto de casos definidos y accesibles que construirán la referencia para elegir la muestra según una serie de criterios predeterminados afirman (Novales & Guadalupe, 2016)

Se refieren al número total de la población o universo que se desea estudiar, quiere referirse al número de personas o grupo de personas, ya sea este un lugar específico previo a la investigación. Este enfoque puede acaparar diferente enfoque de estudio, sean personas, animales, eventos culturales, películas, series o algún otro objeto que se desea indagar. (p.120).

Dicho esto, el autor quiere ser claro en definir como población el número total de las personas, ser vivo u objeto con características comunes donde se pretenda llevar la investigación.

Dentro de este marco, fundamentando la teoría que realizó (Condori-Ojeada, 2020) en el curso taller sobre el universo, población y muestra, mantiene las siguientes teorías prioritarias que al respecto menciona lo siguiente:

El universo se refiera a los elementos como; personas, programas, sistemas, sucesos bases de datos, en temas globales finitos e infinitos. Población son los elementos accesibles donde se desarrolla el estudio. Mientras que hablar de muestra se refiere a una parte representativa de la población (p. 5).

Los estadísticos y expertos usan estos términos para referirse a personas y a los elementos minuciosamente seleccionados para sus estudios.

De igual manera (García y otros, 2022) define que la metodología de la investigación es un aspecto importante donde se realiza el cálculo del número de participantes que se desean incluir en el estudio. “El cálculo del tamaño de la muestra es una función matemática que expresa las variables, el número de encuestados y el poder estadístico” (p.16).

Bajo este contexto, en esta investigación, la población está determinada bajo el último censo realizado por (INEC) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2024) efectuado en el 2022. Como dato estadístico, esta investigación se enfocará en la provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, Parroquia Colonche. Que cuenta con 40.058 habitantes que serán el respaldo para esta investigación, sobre la hiperconectividad y difusión del contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec.

Sin embargo, existe una investigación, con datos más cercanos a la población de Palmar. (Andes Amazon Fund, 2024) En su campaña de Recuperación y Conservación del Manglar en la comuna Palmar tipifican un valor de 6.000 habitantes que se encuentran residiendo en la actualidad en ese sector. Por la consiguiente manera, se aplicará la fórmula de muestreo simple por conveniencia, considerando la accesibilidad y dificultad del entorno desarrollado.

Por eso se optará por una muestra que facilite la información, verás y eficiente para abordar con los objetivos de la investigación planteada, usando como referencia una pequeña parte del sector Palmar de la provincia de Santa Elena.

**Tabla 1 Datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y Censo Ecuador Cuenta conmigo en el 2022.**

<b>Generó</b>	<b>Población Provincia Santa Elena</b>	<b>Cantón Santa Elena Parroquia <u>Colonche</u></b>	<b>Comuna Palmar</b>	<b>Población en Ecuador</b>
<b>Hombre</b>	191.303	19.802		16.938.986
<b>Mujer</b>	194.432	20.258		
<b>Total</b>	385.735	40.058	6.000	

**Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez**

**Fuentes: Instituto de estadísticas y censo**

### **3.5.2. Muestra**

El muestro o muestra es consistente en elegir una población específica con el fin de conocer las características de esa población a través de la observación y generalización de las características de la muestra.

A partir de esto, (Otzen & Manterola, 2017) en su estudio sobre las técnicas de muestreo en una población de e estudio menciona:

Una muestra permite extrapolar y por ende interpretar los resultados observado de la población accesible. Por ende, la muestra será representativa y tiene como objetivo estudiar las relaciones que existe entre la distribución de una variable en la población y la distribución de esa variable en la muestra del estudio (p. 220).

La cantidad que se vaya a elegir como muestra tiene que ser de manera exacta, y estar acorde con las dimensiones y características de la población. Aún más, la cantidad escogida tiene que ser estimaciones numéricas precisas para la evaluación. El cálculo de su tamaño es fundamental para generar los resultados de la investigación.

Para este proyecto la muestra sale de un tamaño de 96 con un margen de error de 10% basado de una población de 6.000 habitantes, con el nivel de confianza de 95%.

### ***3.5.3. Muestreo probabilístico***

Su base objetiva en un grado de confianza está en hacer una estimación de un parámetro, la misión es conocer la probabilidad de un elemento en concreto de la población y este proceso solo se conoce si se aplica el método de muestreo probabilístico. De acuerdo con (Gómez, 2021):

Con los Datos de Muestra y población (DMP) se puede implementar distintos modelos de muestreo, según el diseño propuesto de Kish en 1965, Una vez seleccionado la muestra probabilística, se empléalas teorías que propone el autor. El esquema de un muestreo probabilístico es necesario tener datos actualizadores para luego realizar un análisis con una probabilidad conocida (Sito Web).

El muestreo probabilístico posea una ventaja al querer hacer procesos estadísticos, permitiendo inferencias solididad y generacionales fundamentales de la población, sacados de la muestra elegida para el estudio.

### ***3.5.4. Muestreo aleatorio simple por conveniencia***

Es considerado el menos recomendable de todos los procesos no probabilísticos, (Reales y otros, 2022) Sin embargo, es considerado también como uno de mejor acceso y disponibilidad, al respecto el autor menciona:

Resulta ser tentador para los investigadores, debido a que resulta sencillo, exequible y la información esta fácilmente disponible. El muestreo por conveniencia se incluye como muestreo intencionado o intencional (p. 683).

Por consiguiente, el objetivo principal muestreo por conveniencia o intencionado es centrarse en características específicas de la población de interés que respondan específicamente a las preguntas de investigación predeterminadas establecidas.

Aplicando la fórmula de muestreo simple por conveniencia, se determinó la muestra con base al número general de los seguidores del sitio web de Facebook que pertenece a Radio Palmar Ec. Los resultados respectivos para este estudio serán de 96 personas encuestadas, sin embargo, se decidió por conveniencia del autor escoger la mitad de la población con el fin de aminorar la recopilación de datos, se escogerá a 48 personas dentro de la comuna Palmar. La aplicación de la encuesta permitirá recabar información detallada y específica, que contribuyan a esta investigación.

**FÓRMULA APLICADA**  $n = (Z^2 * p * q) / E^2$

#### ***3.5.5. Periodo de estudio.***

El rango de fecha de estudio de para esta investigación abarcará desde el 20 de agosto hasta el 25 de noviembre del presente año 2024. La fecha fijada por el autor se fundamenta en la necesidad de analizar de manera integral, cómo la hiperconectividad influye en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec.

La investigación durará casi cuatro meses, se llevará acabo con las encuestas en escala de Likert, con un enfoque cuantitativo con su respectivo análisis de resultado, y se implementará la entrevista a personas conocedoras del tema relacionado.

Este periodo de estudio ayudará a fortalecer la investigación del tema propuesto, tomando en referencia a los seguidores que frecuenta la página de Facebook Radio Palmar Ec.

### ***3.6 Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.***

#### ***3.6.1. Encuesta***

Para llevar a cabo la investigación se utilizará la encuesta y la entrevista obteniendo así un enfoque mixto, para la encuesta se utilizará la escala de Likert: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo, con esta (Cisneros y otros, 2022) Mencionan que para usar esta técnica es necesario tener a una persona capacitada, debe existir un cuestionario estructurado de forma previa y primero hacer una prueba para poder ejecutarla por la población.

#### ***3.6.2. Entrevista***

Como segunda técnica de investigación se utilizará la entrevista contará con un instrumento guía de preguntas (buscar estructuradas y semi estructuradas, citas del concepto) en la comunicación y el periodismo en particular. Se la considera como una técnica milenaria, el uso de la entrevista destaca desde el siglo XIX, sin embargo (Fernández, 2021) (p.18).

En último lugar, el uso de la entrevista existe un modelo para cada ocasión o sujeto a entrevistar. Para este proyecto se utilizará una estructura de entrevista con preguntas previas, para recoger datos importantes del participante.

## **4. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### ***4.1 Procesamiento de la información***

La encuesta realizada fue respondida por 48 personas que forman parte de una muestra de la población general, que se pretendió realizar en la Comuna Palmar de la Provincia de Santa Elena, sin embargo, se terminó utilizando las fórmulas estadísticas con un margen de error del 10% además para ejecutarlo, se terminó escogiendo la técnica de muestreo simple por conveniencia. La cantidad fue escogida por el autor, donde se manifestó que cumpliría con el objetivo de la investigación.

Además, esta encuesta cuantitativa se empleó con el método de Likert, con características de escala nominal, se ejecutaron de forma presencial con papel físico, cabe recalcar que las encuestas se realizaron con toda la seriedad del caso, y para validar el proceso de la encuesta a varios grupos de personas residentes del sector palmar, se anexará las evidencias respectivas que comprueben la ampliación de lo anterior mencionado.

### ***4.2. Análisis Cuantitativo: Encuesta***

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas dirigidas a las 48 personas que fueron aplicados por un muestro aleatorio simple por conveniencia, donde los escogidos mantienen los rasgos necesarios para completarlo. El cuestionario se aplicó con la escala de Likert; Muy de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo

Como segunda técnica de investigación se utilizará la entrevista contará con un instrumento guía de preguntas (buscar estructuradas y semi estructuradas, citas del concepto) en la comunicación y el periodismo en particular. Se la considera como una

técnica milenaria, el uso de la entrevista destaca desde el siglo XIX, sin embargo (Fernández, 2021) (p.18).

En último lugar, el uso de la entrevista existe un modelo para cada ocasión o sujeto a entrevistar. Para este proyecto se utilizará una estructura de entrevista con preguntas previas, para recoger datos importantes del participante.

Como segunda técnica de investigación se utilizará la entrevista contará con un instrumento guía de preguntas (buscar estructuradas y semi estructuradas, citas del concepto) en la comunicación y el periodismo en particular. Se la considera como una técnica milenaria, el uso de la entrevista destaca desde el siglo XIX, sin embargo (Fernández, 2021) (p.18).

En último lugar, el uso de la entrevista existe un modelo para cada ocasión o sujeto a entrevistar. Para este proyecto se utilizará una estructura de entrevista con preguntas previas, para recoger datos importantes del participante.

**Tabla 2 Sexo de los Encuestados**

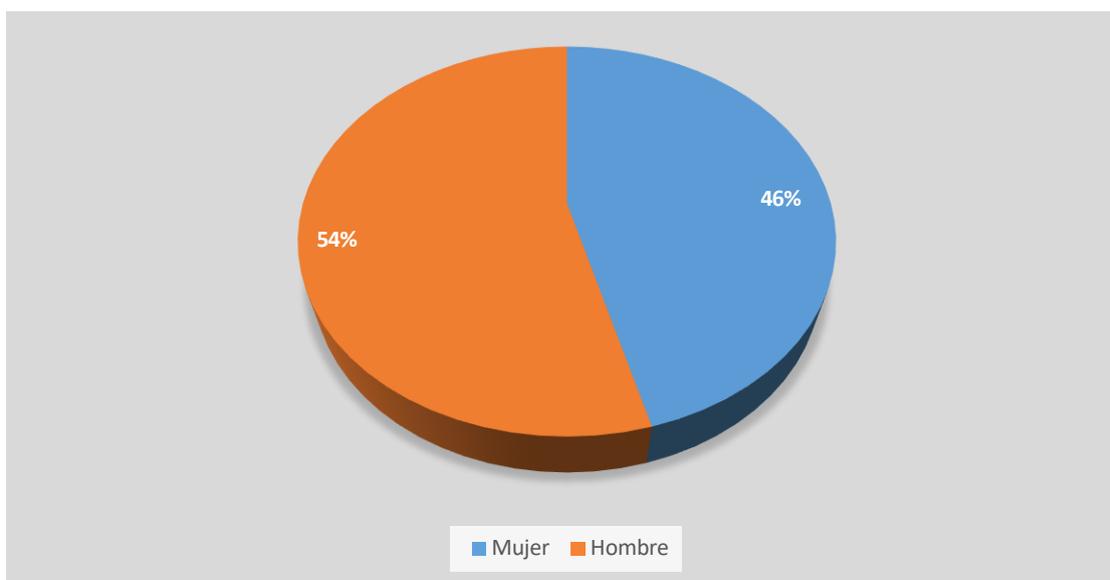
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mujer	22	45,8	45,8	45,8
Hombre	26	54,2	54,2	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 1 Porcentaje del Sexo de los Encuestados.**



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

De la muestra de la población encuestada se logró obtener qué; 22 personas son mujeres que equivalen al 45,8% y 26 personas hombres que representan el 52,2% de la población. En este primer análisis se refleja que la mayoría de personas que completaron la encuesta son pertenecen al género masculino.

**Tabla 3 ¿Considera que la Hiperconectividad influye en la cultura digital y en el comportamiento de los seguidores de la Fanpage de Radio Palmar Ec?**

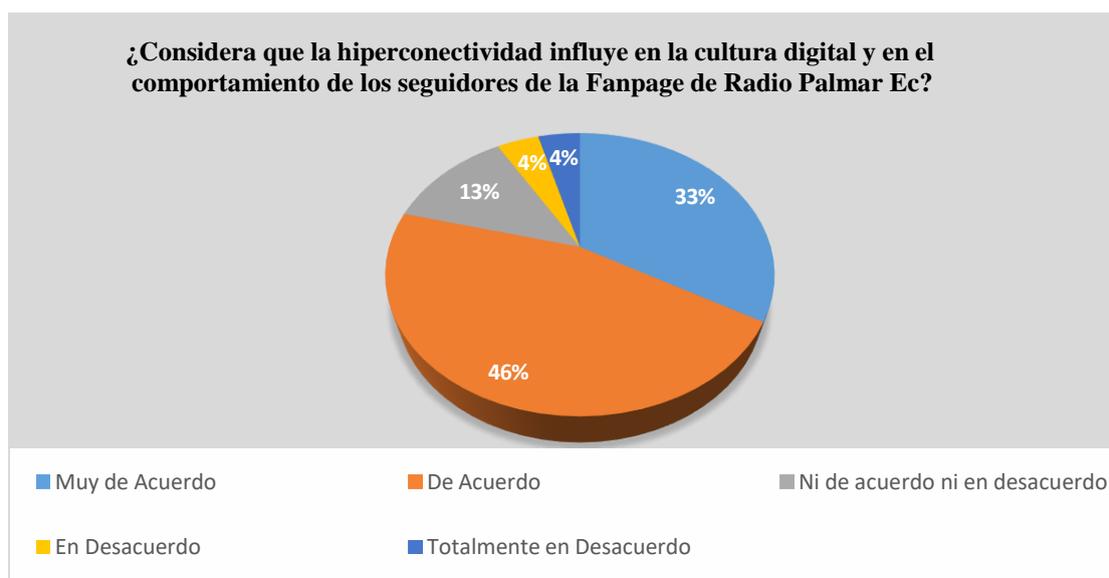
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	16	33,3	33,3	33,3
De Acuerdo	22	45,8	45,8	79,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12,5	12,5	91,7
En Desacuerdo	2	4,2	4,2	95,8
Totalmente en Desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 2 ¿Considera que la Hiperconectividad influye en la cultura digital y en el comportamiento de los seguidores de la Fanpage de Radio Palmar Ec?**



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

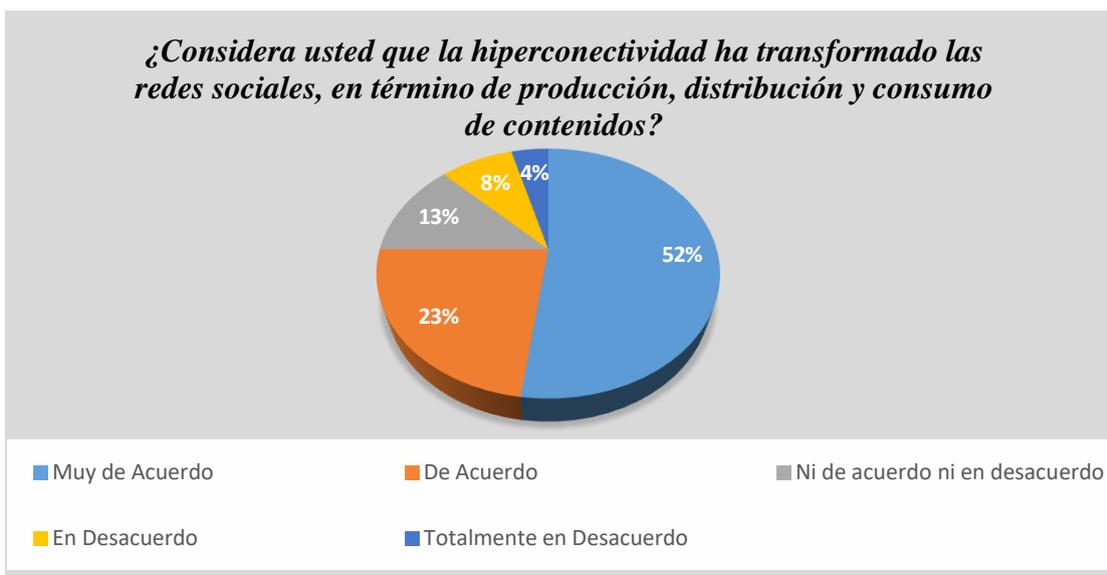
Los siguientes resultados son relacionados en la escala de Likert, donde el 45,8% de la población encuestada está de acuerdo, el 33,3% muy de acuerdo, 12,5% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4,2% está en desacuerdo, mientras que el otro 4,2% se encuentra totalmente en desacuerdo que la hiperconectividad influye en la cultura de digital.

**Tabla 4** ¿Considera usted que la hiperconectividad ha transformado las redes sociales, en término de producción, distribución y consumo de contenidos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	25	52,1	52,1	52,1
De Acuerdo	11	22,9	22,9	75,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12,5	12,5	87,5
En Desacuerdo	4	8,3	8,3	95,8
Totalmente en Desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.  
 Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.  
 Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 3** ¿Considera usted que la hiperconectividad ha transformado las redes sociales, en término de producción, distribución y consumo de contenidos?



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.  
 Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.  
 Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

Los resultados de esta pregunta son las siguientes; el 52,1% de la población esa totalmente de acuerdo, el 22,9%, de acuerdo, el 11,5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8,3% en desacuerdo y el 4,2% de la población restante está totalmente en desacuerdo en que la hiperconectividad ha transformado las redes sociales, en distribución y consumo de contenido.

**Tabla 5** ¿Para usted, en qué medida la hiperconectividad potencia las características de las plataformas digitales?

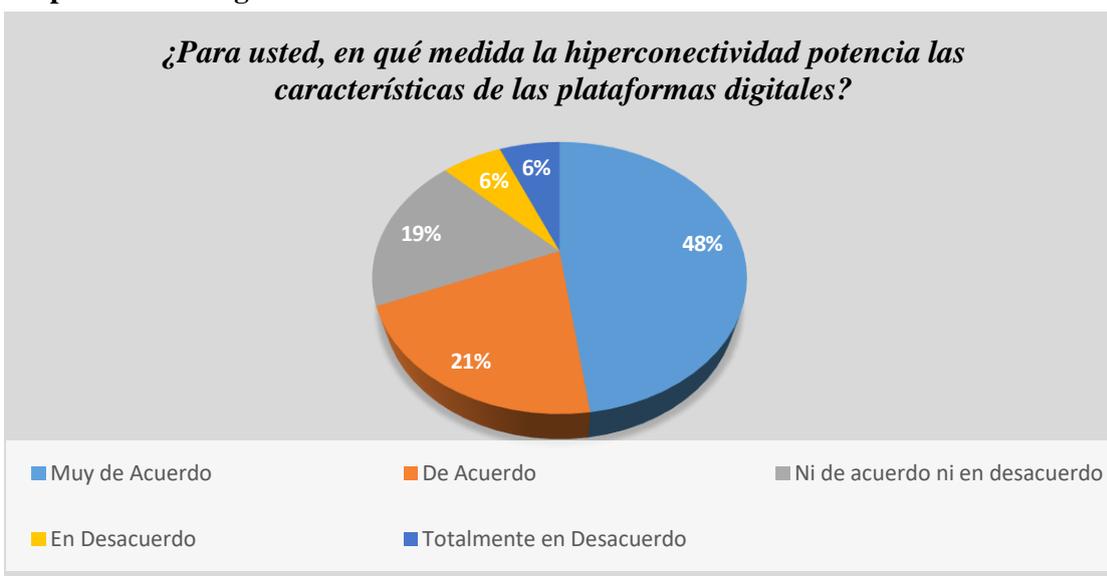
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaj e válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	23	47,9	47,9	47,9
De Acuerdo	10	20,8	20,8	68,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18,8	18,8	87,5
En Desacuerdo	3	6,3	6,3	93,8
Totalmente en Desacuerdo	3	6,3	6,3	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 4** ¿Para usted, en qué medida la hiperconectividad potencia las características de las plataformas digitales?



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

Para estos baremos los siguientes resultados demuestran que el 47,9% de la población está muy de acuerdo y el 20,8% se encuentra de acuerdo, mientras que el 18,7% no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, el 6,2% está en desacuerdo mientras que el otro 6,2% está totalmente en desacuerdo. Sin embargo, la población oponía de manera positiva que la hiperconectividad potencia las características de las plataformas digitales.

**Tabla 6 ¿Considera usted que la hiperconectividad ha potenciado el impacto de las fanpage en la difusión del contenido generado?**

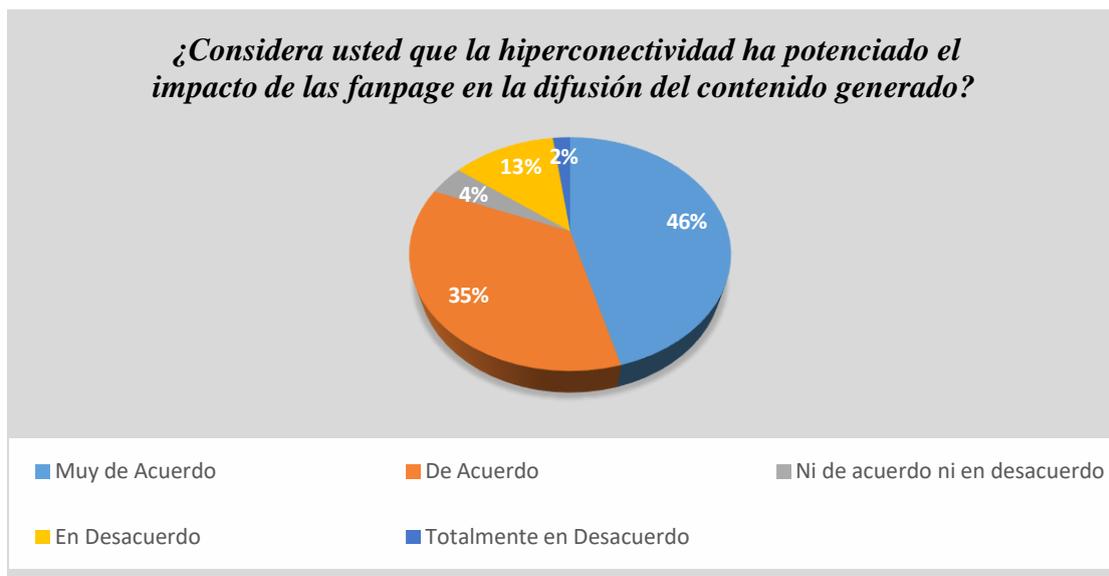
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	22	45,8	45,8	45,8
De Acuerdo	17	35,4	35,4	81,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	4,2	4,2	85,4
En Desacuerdo	6	12,5	12,5	97,9
Totalmente en Desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 5 ¿Considera usted que la hiperconectividad ha potenciado el impacto de las fanpage en la difusión del contenido generado?**



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

En el siguiente análisis se demuestran estos resultados de la población el 45,8% de la población encuestada está muy de acuerdo que la hiperconectividad ha potenciado el impacto de las fanpage en la difusión del contenido generado. El 35,4% está de acuerdo, el 12,5% representan a los que se encuentran en desacuerdo, 4,2% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2,1% se encuentran totalmente en desacuerdo.

**Tabla 7 ¿La hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna palmar en relación con los contenidos generados?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	21	43,8	43,8	43,8
De Acuerdo	18	37,5	37,5	81,3
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	6	12,5	12,5	93,8
En Desacuerdo	1	2,1	2,1	95,8
Totalmente en Desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.  
 Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.  
 Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 6 ¿La hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna palmar en relación con los contenidos generados?**



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.  
 Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.  
 Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

Dentro de la población encuestada en la pregunta número seis, los resultados de muestran que el 43,8% está muy de acuerdo, el 37,5% se encuentra de acuerdo, en cambio el 12,5% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 4,2% está en desacuerdo, mientras que el 2,1 está totalmente en desacuerdo en que la hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna palmar.

**Tabla 8** ¿El contenido informativo ha evolucionado y se ha adaptado en respuesta a la interacción con los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	27	56,3	56,3	56,3
De Acuerdo	16	33,3	33,3	89,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2,1	2,1	91,7
En Desacuerdo	2	4,2	4,2	95,8
Totalmente en Desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 7** El contenido informativo ha evolucionado y se ha adaptado en respuesta a la interacción con los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec?



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

En los siguientes resultados que se obtuvieron en la encuesta se presentan los siguientes resultados; el 56,3% se encuentra muy de acuerdo el 33,3% está de acuerdo, mientras las personas que pusieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo tienen un 4,2% y el 2,1% representa a la población que no está de acuerdo ni en desacuerdo referente a la evolución del contenido informativo y la adaptación de los seguidores de la fanpage Radio Palmar Ec.

**Tabla 9** ¿El contenido informativo ha influido con el compromiso social de la fanpage de Radio Palmar Ec?

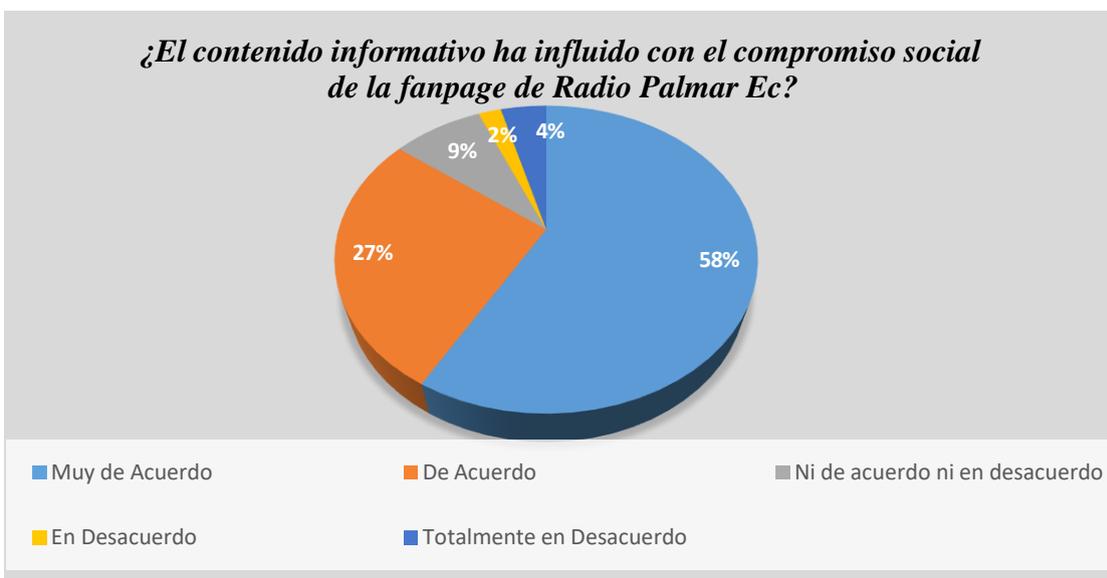
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	28	58,3	58,3	58,3
De Acuerdo	13	27,1	27,1	85,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8,3	8,3	93,8
En Desacuerdo	1	2,1	2,1	95,8
Totalmente en Desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 8** ¿El contenido informativo ha influido con el compromiso social de la fanpage de Radio Palmar Ec?



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

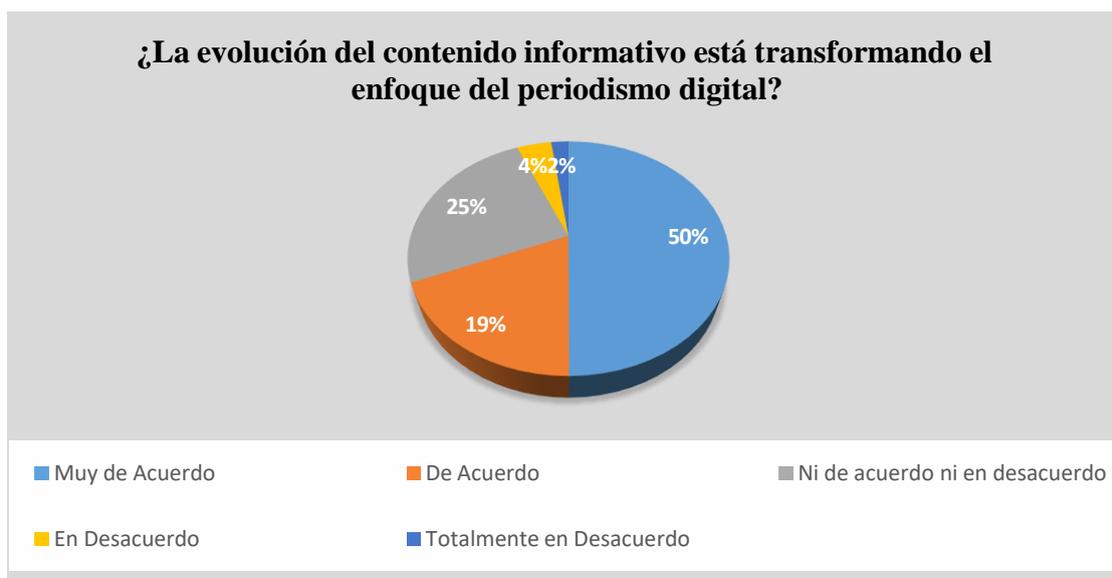
En la base de datos se recopilaban los siguientes resultados donde 58,3% de los encuestados está muy de acuerdo que el contenido informativo ha influido con el compromiso social de la fanpage de Radio Palmar Ec. El 27,1% está de acuerdo, el 8,3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4,2% está totalmente en desacuerdo mientras que el 2,1% está en desacuerdo.

**Tabla 10 ¿La evolución del contenido informativo está transformando el enfoque del periodismo digital?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	24	50,0	50,0	50,0
De Acuerdo	9	18,8	18,8	68,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	25,0	25,0	93,8
En Desacuerdo	2	4,2	4,2	97,9
Totalmente en Desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.  
 Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.  
 Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 9 ¿La evolución del contenido informativo está transformando el enfoque del periodismo digital?**



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.  
 Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.  
 Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

En los datos recabados de la pregunta nueve muestran los siguientes resultados; donde el 50% está muy desacuerdo sobre la transformación del contenido del periodismo digital, el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 18,8% de acuerdo mientras que el 4,2% pertenece a una población que se encuentra en desacuerdo y el 2,1% está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 11** ¿Usted frecuentemente revisa y comparte contenido informativo de la fanpage de Radio Palmar Ec?

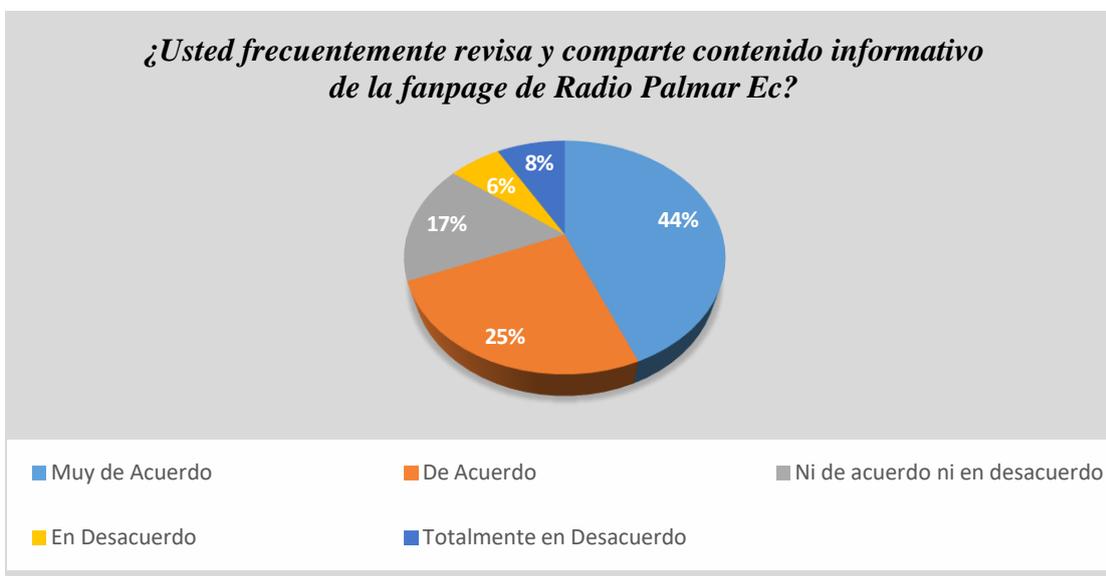
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	21	43,8	43,8	43,8
De Acuerdo	12	25,0	25,0	68,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16,7	16,7	85,4
En Desacuerdo	3	6,3	6,3	91,7
Totalmente en Desacuerdo	4	8,3	8,3	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 10** ¿Usted frecuentemente revisa y comparte contenido informativo de la fanpage de Radio Palmar Ec?



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

En la pregunta número diez se obtienen los siguientes resultados; donde se demuestra el que el 43,8% se encuentra muy de acuerdo que sí comparten y visualizan contenido de la fanpage. La población que representa el de acuerdo es el 25% mientras que el 16,7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cambio el 8,3% representan a la población que se encuentran totalmente en desacuerdo, mientras que el 6,3% está en desacuerdo.

**Tabla 12 ¿La fanpage de Radio palmar Ec comparte contenido informativo que sea verificado, veraz y creíble?**

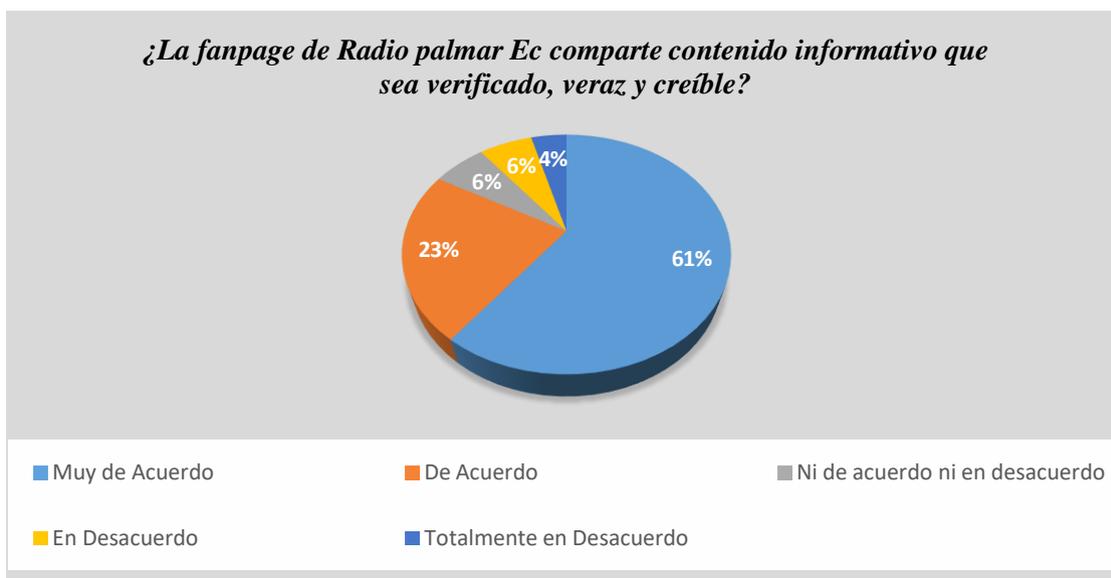
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	29	60,4	60,4	60,4
De Acuerdo	11	22,9	22,9	83,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6,3	6,3	89,6
En Desacuerdo	3	6,3	6,3	95,8
Totalmente en Desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

**Figura 11 ¿La fanpage de Radio palmar Ec comparte contenido informativo que sea verificado, veraz y creíble?**



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de la comuna Palmar.

Elaborado por: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

Fecha: 20 de Octubre del 2024

### **Análisis e Interpretación**

Basados en los datos recopilados de la encuesta realizada en palmar, los resultados demuestran las siguientes estadísticas; el 60% representan a la población que se encuentra muy de acuerdo que la fanpage Radio Palmar Ec, comparten contenido informativo, verificado, veraz y creíble. El 22,9% Está de acuerdo, el 6,3% se encuentra ni de acuerdo no en desacuerdo igualmente a la población en desacuerdo, y el 4,2 representan a los que están totalmente en desacuerdo.

### 4.3 Análisis Cualitativo: Entrevista

En cuanto a las entrevistas, se aplicó a los administrador de la página de la fanpage de Radio Palmar Ec, al administrador de la fanpage Rojito tv y al gerente del canal Costa tv para poder obtener información sobre el tema de la hiperconectividad y contenidos informativos que es el tema de estudio.

*Tabla 13 Entrevistas a expertos.*

Entrevistador: Cecibel Paola Reyes Rodríguez. Entrevistado: Lic. Bryan Segovia, Lic. Roger Suarez, Lic. Fabián Tumbaco. Administrador de la fanpage Radio Palmar Ec, administrador de Rojito tv, presentador de Costa Tv.		
Preguntas	Respuesta	Análisis
<i>¿De qué manera cree usted que la hiperconectividad ha influido en el comportamiento y el activismo digital de los seguidores de las fanpage de las redes sociales?</i>	Los entrevistados concuerdan que la hiperconectividad ha influenciado en los seguidores. De tal manera que puede inducir en sus pensamientos de una forma drástica, las fanpage en redes sociales Brindan un acceso inmediato de la información de cualquier noticia o de eventos que permiten estar informados y reaccionar de manera casi instantánea a situaciones relevantes para tener a un público más amplio, generando mayor impacto.	Los entrevistados no solo son expertos al momento de emitir las noticias por medios de las RR.SS sino que han tenido una preparación académica por lo que concluyen que La hiperconectividad permite que los seguidores participen y difundan la información. La información en entornos hiperconectada por lo que tienen relación con lo que contrasta (Carranza & Jadán, 2020) la hiperconectividad en los medios radiales y difusión de programas locales, dan a conocer de una forma positiva una nueva forma de como se lo conocía anteriormente.
<i>¿Cómo considera que la hiperconectividad</i>	Los expertos nos indican que el hecho de estar conectados constantemente, ha	La hiperconectividad ha obligado a los creadores a adaptar su contenido y

<p><b><i>ha transformado los procesos de producción, distribución y consumo de contenidos en las redes sociales?</i></b></p>	<p>transformado los procesos de producción de tal manera que las personas desean estar más a la moda y poder conocer también más acerca de todas las producciones que se aprende a medida que se inmiscuye más en las redes sociales y sus contenidos, pero no solo eso ya que mejora el proceso de transformación y adecuación de la información al momento de producir videos, audios y textos de una manera más rápida y ágil.</p>	<p>producciones a ritmos más rápidos y dinámicos, para captar la atención en un entorno saturado de información. : El hecho de estas conexiones constantemente han cambiado los procesos de producción de tal manera que los usuarios buscan siempre una postura acorde con lo que afirma (Zambrano, 2022) Ya no es necesario depender de campañas publicitarias; la tecnología genera herramientas funcionales para que los cibernautas.</p>
--	---	---

<p><b><i>¿En qué aspectos piensa que la hiperconectividad ha potenciado el impacto y las características de las plataformas digitales en la difusión de contenido informativo?</i></b></p>	<p>Ellos nos explican que algunas veces influyen que las personas crean situaciones que no son reales y cambia en la perspectiva de la noticia. La inmediatez en la difusión proporciona herramientas que mejora la capacidad de compartir información al instante permite que las noticias y eventos se difundan rápidamente, alcanzando audiencias globales en cuestión de minutos. Es decir que una persona con acceso a internet puede crear y compartir contenido, lo que democratiza la información y permite que diversas voces sean escuchadas</p>	<p>La hiperconectividad afecta el juicio de la realidad de los internautas, ya que normalmente las noticias que se difunde y se comparte no son verídica. En las plataformas digitales da espacios para que las transmisiones de noticias son inmediata. La inmediatez de la difusión tiene la capacidad de intercambiar información, accediendo que las noticias y eventos se difundan en minutos, tales pensamientos acordes con (Martínez, 2023) Estos sucesos han potenciado a las plataformas digitales en la difusión de contenido informativo al acelerar la velocidad de transmisión de la información y amplifican las voces de diversas comunidades.</p>
--	--	--

**Fuente:** Entrevista realizada a expertos tales como licenciados en comunicación y licenciado en educación.

**Elaborado por:** Cecibel Paola Reyes Rodríguez.

**Fecha:** 22 de Octubre del 2024

## **5. DISCUSIÓN.**

### ***5.1. Discusión de resultados: Encuesta***

Tras el arduo trabajo de recopilación de datos y los hallazgos descubiertos con la aplicación de la encuesta, se fortalece el concepto de la hiperconectividad y la difusión del contenido informativo, permitiendo entender la importancia de los procesos de transmisión y adaptación de los medios de comunicación.

Se establece la valoración de validez de los resultados mediante la técnica e instrumentos empleados que fueron contestados de forma objetiva al conocimiento con relación entre las variables y objetivos establecidos, permitiendo tener coherencia en esta parte de resultados y discusión.

En correlación a la pregunta 2. ¿Considera que la Hiperconectividad influye en la cultura digital y en el comportamiento de los seguidores de la Fanpage de Radio Palmar Ec?, se dieron los siguientes resultados; 45,8% Muy de acuerdo y el 33,3% De acuerdo. Estos datos tienen relación con lo que contrasta (Carranza & Jadán, 2020) la hiperconectividad en los medios radiales y difusión de programas locales, dan a conocer de una forma positiva una nueva forma de como se lo conocía anteriormente.

En relación a la pregunta 5. ¿Considera usted que la hiperconectividad ha permitido el impacto de la fanpage en la difusión del contenido generado? En la base de datos se recopiló los siguientes resultados; 45,8% Muy de acuerdo y el 35,4% De acuerdo. Estas estadísticas se vinculan con las ideas de (Cueva y otros, 2023) La difusión de contenidos genera impactos a través de los contenidos generados. El impacto en los contenidos ayuda a entender cuál es el centro de atención de los usuarios.

Respecto a la pregunta 6. ¿La hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna palmar en relación con los contenidos generados? La mayoría de los encuestados respondieron lo siguiente el 43,8% muy de acuerdo y el 35,2% está de acuerdo. Resultados similares con la interpretación de (Delgado, 2020) aporta que el activismo digital cada vez está en un crecimiento e innovación para que los usuarios puedan transmitir la situación actual de donde residen.

Para finalizar con la discusión de la encuesta, se rescata la pregunta 9. ¿La evaluación del contenido informativo está transformando el enfoque del periodismo digital? Se obtienen los siguientes resultados de la población el 50% están muy de acuerdo, mientras que el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Resultados semejantes con la interpretación de (Cercado, 2023) aporta que el periodismo digital se transforma y se adapta para que los nuevos usuarios interactúen más con estos medios digitales, Este apego digital provoca que los usuarios mantengan gustos similares para formar o pertenecer a una comunidad en línea.

### ***5.2. Discusión de resultados: Entrevista***

También se hace la discusión dirigida a tres expertos en el periodismo digital, medios digitales y también a la persona que administra la fanpage de radio Palmar Ec que representa el enfoque de la investigación. Para ello se planteó diversas preguntas por medio de la técnica de la entrevista con un enfoque cualitativo.

Iniciando con la interrogante número 1. ¿De qué manera cree usted que la hiperconectividad ha influido en el comportamiento y el activismo digital de los seguidores de las fanpage de las redes sociales? Los entrevistados tienen concordancia en las respuestas, afirmativamente mencionan que, los seguidores participan y difunden información, la hiperconectividad exige una mayor responsabilidad tanto de los creadores de contenido como de los seguidores. Postura a favor del propósito de la hiperconectividad también genera una mayor visibilidad a la audiencia.

Además, dentro de la interrogante 2. ¿Cómo considera que la hiperconectividad ha transformado los procesos de producción, distribución y consumo de contenidos en las redes sociales? Los entrevistados sostienen la siguiente respuesta: El hecho de estar conectado constantemente ha transformado los procesos de producción de tal manera que los usuarios quieren estar siempre a la moda, postura acorde con lo que afirma (Zambrano, 2022) Ya no es necesario depender de campañas publicitarias; la tecnología genera herramientas funcionales para que los cibernautas puedan implementarlo en su día a día.

Para concluir con las preguntas a los entrevistados se consideran la pregunta 3. ¿En qué aspectos piensa que la hiperconectividad ha potenciado el impacto y las características de las plataformas digitales en la difusión de contenido informativo? La inmediatez en la difusión tiene la capacidad de compartir información al instante,

permitiendo que las noticias y eventos se difundan en cuestión de minutos, tales pensamientos acordes con (Martínez, 2023) Estos sucesos han potenciado a las plataformas digitales en la difusión de contenido informativo al acelerar la velocidad de transmisión de la información y amplifican las voces de diversas comunidades.

Una vez realizado el análisis de los resultados a través de las técnicas de la encuesta y entrevista, enfocado en el tema; La hiperconectividad y la difusión del contenido informativo en la fanpage Radio Palmar Ec, se puede determinar que responden a la hipótesis y preguntas de la investigación. Se establece la importancia que cumple la hiperconectividad para la difusión del contenido informativo, no solo para la fanpage del estudio de la investigación, sino que también ayuda a otros medios digitales.

## 6. CONCLUSIONES

- Se concluye que este trabajo de investigación se formó con aspectos que pueden aportar a la comunidad científica, con el propósito que la información obtenida pueda ser de ayuda aportando a la comunidad científica, con criterios que aporten a la importancia de la hiperconectividad y a la difusión del contenido informativo a través de plataformas digitales.
- La era digital ha cambiado fundamentalmente la forma en que consumimos y nos relacionamos con la información. La expansión de las redes sociales y la disponibilidad de los medios digitales han proporcionado plataformas de comunicación globales que permiten que los medios tradicionales se adapten y lleguen a nuevas audiencias de manera más efectiva.
- La falta de datos verificados y la difusión de información sesgada crea confusiones, donde la verdad puede quedar oscurecida por ideologías y agendas específicas. Esto no solo socava la credibilidad de los medios, sino que también compromete la integridad de la información que llega al público. Es crucial que los medios, incluidas las plataformas digitales tales como Radio Palmar Ec, asuman la responsabilidad de verificar la veracidad de lo que transmiten, promoviendo espacio de debate público fundamentado en hechos y no en percepciones sesgadas.
- En conclusión, el avance de los medios de comunicación hacia lo digital debe ir acompañada de un compromiso de precisión sobre todo la honestidad informativa, asegurando que cada vez más personas puedan acceder a información veraz y fundamentada, fortaleciendo así la base de una sociedad informada y democrática.
- Esta conclusión refleja la importancia de mantener altos estándares éticos y de calidad en la era digital, además de recalcar la importancia de la hiperconectividad en la era moderna de información garantizando que la comunicación sea un vehículo para el conocimiento y la comprensión, en lugar de un instrumento de confusión o manipulación.

## 7. RECOMENDACIONES

- Se encomienda a la comunidad científica este proyecto de investigación con el fin de ayudar a futuras investigaciones que requieran conceptos como; hiperconectividad, difusión de contenido, redes sociales, radio online, noticias falsas. El objetivo es dar a conocer la importancia de la hiperconectividad en la era moderna.
- Implementar políticas de verificación de datos: Radio Palmar Ec y otros medios deben establecer protocolos claros para verificar la veracidad de la información antes de su difusión. Esto puede incluir la revisión de múltiples fuentes, la consulta con expertos y la aplicación de herramientas de verificación de hechos.
- Promover la transparencia y la ética periodística: Es fundamental que los medios de comunicación, incluidas las plataformas digitales, sean transparentes sobre sus procesos editoriales y las fuentes de información utilizadas. Esto ayuda a construir y mantener la confianza del público.
- Evaluar constantemente la efectividad de las prácticas editoriales: Implementar mecanismos para recoger retroalimentación del público sobre la calidad y la veracidad de la información proporcionada. Esto permite ajustar las prácticas editoriales y mejorar continuamente la precisión informativa.
- Estas recomendaciones están diseñadas para fortalecer la integridad y la calidad de la información transmitida por Radio Palmar EC y otros medios en la era digital, promoviendo así una comunicación responsable y efectiva que beneficie a la sociedad en su conjunto.
- Para concluir, las portaciones de las entrevistas y encuestas afirman la importancia de la hiperconectividad y la difusión del contenido informativo, abriendo un nuevo mundo de posibilidades, estrategias publicitarias, para captar a un mayor público digital.

## 8. REFERENCIAS

### Bibliografía

- Alanis, R. (2024). *Estrategias de Contenido*. Obtenido de TrendSights: <https://www.trendsights.ai/es/estrategia-de-contenido#:~:text=El%20contenido%20generado%20por%20influencers,productos%2C%20servicios%20o%20marcas%20espec%3ADficas>.
- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas. Lima: Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. doi:20.500.12724/10818
- Andes Amazon Fund. (Agosto de 2024). *Andes Amazon Fund*. Obtenido de Andes Amazon Fund: <https://www.andesamazonfund.org/country/campana-de-recuperacion-del-manglar-comunidad-palmar/#:~:text=La%20Comuna%20Palmar%20es%20un,Elena%2C%20provincia%20de%20Santa%20Elena>
- Arizabaleta Dominguez, S. L., & Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es).
- Ayala Pérez, T. C. (2015). Redes sociales e hiperconectividad en futuros profesores de la generación digital. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 247. doi:0327-5566
- Balsebre-Torroja, A., Ortiz-Sobrino, M.-Á., & Soengas-Pérez, X. (2023). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, I(81), 17-39. doi:10.4185/RLCS-2023-1848
- Belda, L., Maílo, J., & Prieto, J. (Junio de 2023). *Servicio de información sobre discapacidad*. Obtenido de Servicio de información sobre discapacidad: <https://sid-inico.usal.es/documentacion/el-periodismo-social-el-compromiso-de-la-informacion/>
- Campos-Freire, F. (2020). Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios. *Profesional de la información*, XXIV(4), 99-120. doi:10.3145/epi.2015.jul.11
- Carranza, C., & Jadán, P. (6 de Febrero de 2020). Falta de hiperconectividad en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo. *Ecociencia*, VII(1), 1-19. doi:10.21855/ecociencia.70.305
- Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Poblete-Tiznado, J. P., & Durán-Anabalón, C. (22 de febrero de 2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. (34). doi:<https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.04>
- Cercado, S. M. (2023). Contenidos Informativos para la red social Facebook del programa digital. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9804/1/UPSE-MCO-2023-0013.pdf>

- Cisneros, A., Guevara, A., Urdánigo, J., & Garcés, J. (28 de Enero de 2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. (A. F. Alicia Jacqueline Cisneros Caicedo, Ed.) *Dominio de las Ciencias*, VIII(1), 1165-1185. doi:10.23857/dc.v8i41.2546
- Condori-Ojeada, P. (2020). *Universo, población y muerte*. Acta Académica. Recuperado el 31 de Octubre de 2023, de <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Costa-Sánchez, C., & Peñafiel-Saiz, C. (2024). Comunicación del compromiso social y para la sostenibilidad. análisis multifocal y tendencias. *Profesional de la información*, XXXIII(3). doi:10.3145/epi.2024.0301
- Cueva, J., Suba, N., Meleán, R., Artigas, W., Cueva, N., & Plaza, M. (21 de Abril de 2023). GESTIÓN DEL CONTENIDO EN REDES SOCIALES, POR REVISTAS CIENTÍFICAS INDEZADAS EN SCIELO ESPAÑA. *Revista de Comunicación de la SEECI*, I(56), 194-213. doi:10.15198/seeci.2023.56.e834
- Delgado, J. (2020). *El proceso de decisión del consumidor digital y su comportamiento en las redes sociales*. Real Academia Europea de Doctores. Impreso en España – Printed in Spain- Barcelona. Recuperado el 2024, de [https://raed.academy/wp-content/uploads/2022/11/libro-ingreso-RAED-Juan-Jose-Delgado-Soriano\\_cmpr](https://raed.academy/wp-content/uploads/2022/11/libro-ingreso-RAED-Juan-Jose-Delgado-Soriano_cmpr)
- Dután, W., Vázquez-Malavé, D., & León-Valle, B. (2022). La inmediatez y la Pérdida de Credibilidad en los Medios de Comunicación Multimedia del Cantón La Libertad. *Reicomunicar*, V(10), 1-16. doi:10.46296/rc.v5i10edespsp.0083
- Editorial Etecé. (2024). *Concepto*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/fuentes-de-informacion/>
- Edwin Guevara Ramírez, E. S. (2024). Herramientas Web 2.0: una revisión bibliográfica sobre su aplicación en la metodología de la clase inversa. *revista mentor*, 3. doi:<https://doi.org/10.56200/mried.v3i7.6734>
- Fernández. (2021). doi:10.36105/stx.2018n1.07
- 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.
- Fontecillo, H. B. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, red social, ¿o telaraña? 97. doi:<http://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007>
- García, J., Reding, A., & López, J. (2022). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *ResearchGate*, VIII(2), 217-224. doi:10.1016/S2007-5057(13)72715-7
- García-Avilés, J., Navarro-Maillo, F., & Arias-Robles, F. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales': estudio de caso. *Palabra Clave*, XVII(3), 20. doi:10.5294/pacla.2014.17.3.13
- Geomanis Argota-Pérez, G. A.-P. (s.f.). Comunicación digital en redes sociales e interacción de usuarios. doi: <https://doi.org/10.31381/paideiaxxi.v14i1.6497>

- Gómez, Á. (23 de Junio de 2021). *Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2023, de Muestreo Estadístico: <https://isdfundacion.org/2021/06/23/la-utilizacion-del-muestreo-probabilistico-y-no-probabilistico-en-las-ciencias-sociales/>
- Guarnizo, J., Villarroel, D., & Romero, K. (2022). Trnasformación del periodismo hacia las plataformas digitales. *Reciamuc*, VI(3), 359-366. doi:10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (16 de Julio de 2020). *Recimundo*, IV(3), 163-173. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (4 de Julio de 2020). *Recimundo*, IV(3), 163-173. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
- GUK. (8 de Julio de 2022). *Crecimiento Comunidad, Redes Sociales*. Obtenido de GUK: <https://guk.eus/blog/como-construir-tu-comunidad-desde-cero-en-redes-sociales/>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández-Guerra , A. (2021). La persona hiperconectada: reflexiones desde el desarrollo humano, enfoque centrado en la persona. *Revista comunicación*, XXX(2), 46-59. doi:0000-0003-1067-8045
- 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. Obtenido de <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. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- hilario. (s.f.).
- Incheon. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos*. República de Corea: UNESCO.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Septiembre de 2024). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Janet Camilo. (2020). *Plan Nacional de igualdad y equidad de género*. República Dominicana: PLANEG III.
- Jiménez, J., Jimeno, R., & Martínez, M. (2024). Documentación de las Ciencias de la Información. *Universidad Comluense de Madrid*, 1-10. doi:10.5209/DCIN

- Kaspersky. (mayo de 2024). *Kaspersky*. Obtenido de Kaspersky: <https://latam.kaspersky.com/resource-center/preemptive-safety/how-to-identify-fake-news>
- Lacarcel, C. (21 de Agosto de 2023). *Centro Universitario Campus Cámara Comercio Cevilla*. Obtenido de EUSA: <https://www.eusa.es/blog/las-10-aplicaciones-mas-utiles-para-periodistas-en-el-siglo-xxi/>
- Loachamín, D., & Oña, E. (2024). *Manejo de ética periodística en medios audiovisuales públicos y privados. estudio comparativo de casos (de casa en casa y en contacto)*. Tesis de maestría, Guayaquil. Recuperado el 2024, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/22672/3/UCSG-C405-22226>
- López, K., & Cotera, M. (2019). La construcción de contenidos informativos a partir de la ética del periodista guayaquileño 3.0. *Alternativas*, XX(1), 1-7. doi:10.23878/alternativas.v20i1.314
- Martínez, R. F. (2023). La Generación Z ante el activismo digital. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/61750/TFG-N.%202199.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mesa, E. M. (Mayo de 2024). PLAN DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2024/08/Acuerdo-Nro.-MINTEL-MINTEL-2024-0019-Plan-de-la-sociedad-de-la-Informacion-y-Conocimiento-ANEXO.pdf>
- Michelle, A. B., & Patricia, E. H. (2020). Comportamientos generacionales y contenidos informativos que construyen el mundo de las Fake News en Ecuador. *Revista Scientific*, 5. doi: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.11.208-229>
- Molina, G., & Toledo, R. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato*. Tesis, Universidad del Azuay, Facultad de Filosofía, Leras y Ciencias de la Educación, Cuenca. Recuperado el 2024, de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Muñoz, Z. (2024). *El contenido informativo del periodismo hiperlocal: El Profe Tv de la comuna San Pedro*. Tesis, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Comunicación, La Libertad. doi:46000/10689
- Nebreda, I., & Costa, P. (2013). *El origen de Internet. El Caminio hacia la red de redes*. Proyecto de Grado, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid . Recuperado el 2024, de [https://oa.upm.es/22577/1/PFC\\_IVAN\\_NEBREDA\\_RODRIGO.pdf](https://oa.upm.es/22577/1/PFC_IVAN_NEBREDA_RODRIGO.pdf)

- Novales, M., & Guadalupe, M. (2016). El protocolo de investigación III. *Revista Alergia México, XI(2)*, 201-206.  
doi:<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011>
- Octavio Islas, A. A. (20 de 12 de 2021). Luces y sombras en la breve historia de Facebook, hoy Meta. *Razon y palabra*.  
doi:<https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1897>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (23 de Julio de 2024). *ONU*. Obtenido de ONU: <https://www.un.org/es/about-us>
- Ortega, C. (25 de Marzo de 2022). *QuestionPro*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2023, de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Scielo, XXXV(1)*, 227-232. doi:10.4067/S0717-95022017000100037
- Palau-Sampio, D., & Iranzo-Cabrera, M. (2024). Índice de calidad del branded content informativo en España: Criterios y evaluación. *Revista de Comunicación, XXII(1)*, 395-412. doi:10.26441/RC23.1-2024-3390
- Paoli, G. (2020). *La hiperconectividad y su influencia en nuestra vidas*. Recuperado el 2024, de <https://www.gabrielapaoli.com/post/la-hiperconectividad-y-su-influencia-en-nuestras-vidas>
- Piñuel, J. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis del contenido*. Universidad Complutense de Madrid, Estudios de Sociolingüística, Madrid. Recuperado el 2024, de [https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Piñuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingüísticaUVigo](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Piñuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo)
- Plúa, S. (2023). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN UNA PERSPECTIVA A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN COMO DERECHO HUMANO*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de ciencias Sociales y de la Salud Instituto de Posgrado, La libertad. Recuperado el 2024, de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9792/1/UPSE-MCO-2023-0015>
- Reales, L., Robalino, G., Peñafiel, A., Cárdenas, J., & Cantuña, P. (Octubre de 2022). El Muestreo Intencional No Probabilístico como herramienta de la investigación científica en carreras de Ciencias de la Salud. *Universidad y Sociedad, XIV(55)*, 681-691. doi:0000-0002-4242-3429
- Rentería, j. (14 de Abril de 2020). Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo. *GIGAPP Estudios Working Papers, VII(1)*, 166-182. doi:0000-0002-1846-1011
- 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.

- Ruiz, A., & Albertini, E. (2008). Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso un recorrido por los principales aportes teóricos. *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, I(60), 14-24. doi:0000-0002-2873-006X
- Sancho, C. (2023). La adaptación de los medios de comunicación tradicionales españoles al formato de Instagram. *Revista Académica sobre Documentación y comunicación interactiva*, XVII(26), 60-99. doi:10.31009/hipertext.net.2023.i26.17
- Santos, M., Agirreazkuenaga, I., & Peña, S. (30 de Agosto de 2023). Educomunicación en la era de la hiperconectividad: una revisión conceptual. *Comunicação Mídia E Consumo*, XX(58), 1-20. doi:10.18568/cmc.v20i58.2820
- Sarzosa, E. (8 de Junio de 2021). Analisis de contenidos en redes sociales para la prensa digitan den la zona 5-ecuador. *Universitat Oberta de Caulunya*. doi:10609/133527
- Segado-Boj, F., & Chaparro-Domínguez, M.-Á. (2021). Compartición de noticias en redes sociales. Difusión selectiva y poder social. *Scielo*, x(50), 70-90. doi:10.7764/cdi.50.27433
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Serrano-Puche, J. (2019). Móviles 24/7. El teléfono móvil en la era de la hiperconectividad, de Márquez, I. *Revista de Comunicación*, XVIII(1), 300-302. doi:10.26441/RC18.1-2019-R2
- Silva, N., Paredes, I., & Ocaña, J. (2022). La calidad de la información en los medios de noticias. *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, 46-57. doi:10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.46-57
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Soto, A. M. (2021). la era de la hiperconectividad . *Dianet*. doi:ISSN-e 2339-3483
- Suarez, S., Mejía, A., & Cabadiana, G. (2020). *Responsabilidad social y buenas prácticas de los medios de comununicación*. Informe de invesigación, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Comunicación, La Libertad. Recuperado el 2024, de [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/214/1/Investigacio%CC%81n-Responsabilidad-Social-y-Buenas-Pra%CC%81cticas-de-los-Medios-de-Comunicacio%CC%81n](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/214/1/Investigacio%CC%81n-Responsabilidad-Social-y-Buenas-Pra%CC%81cticas-de-los-Medios-de-Comunicacio%CC%81n)
- 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. doi: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.
- Valbuena, N. (2023). periodismo digital: una era de cambios. 7. doi:<https://doi.org/10.18272/pd.v7i1.3049>

- Valle-Pería, M. (2022). Evolución y consecuencias de la hiperconectividad. 58-59. doi:<https://doi.org/10.25267/P56-IDJ.2022.i2.05>
- Vazquez- Barrio Tamara, S.-A. R. (2021). Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *scielo*. doi:[doi.org/10.7764/cdi.49.27875](https://doi.org/10.7764/cdi.49.27875).
- Vázquez-Barrio, T., Torrecillas-lacave, T., & Suárez-Álvarez, R. (2021). Credibilidad de los medios informativos en tiempos de Fake new: Comunidad de marid. *Scielo*, 35-56. doi:[10.7764/cdi.49.27875](https://doi.org/10.7764/cdi.49.27875)
- Yagual, P., & Bernardino, J. (2024). *EDUENTRETENIMIENTO;CONTENIDOS CULTURALES;EDUCACIÓN;NUEVAS ESTRATEGIAS Y VALORES CULTURALES*. Proyecto de Investigación, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Comunicación, La Libertad. doi:[46000/10686](https://doi.org/10.46000/10686)
- Zambrano, W. (2022). La transformación de los medios de comunicación. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. *Medios,Tic e Industrias Culturales*, 2-8. Recuperado el 2022, de [https://www.javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema1/ponencia\\_14.html](https://www.javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema1/ponencia_14.html)

## ANEXOS

### Anexo 1

#### INSTRUMENTO

**Técnica:** Encuesta

**Instrumento:** Cuestionario

**Tema:** La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en La Fanpage De Radio Palmar Ec.

**Objetivo General:** Explicar cómo la hiperconectividad influye en la difusión de contenido informativo en la fanpage de Radio Palmar Ec y evaluar el grado de aceptación por parte de los seguidores.

**Escala:** Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5.

*Tabla 14 Tabla de Variables*

Variable independiente: La Hiperconectividad	1	2	3	4	5
1 ¿Considera que la hiperconectividad influye en la cultura digital y comportamiento de los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec?					
2 ¿Cómo cree usted que la hiperconectividad ha transformado las redes sociales, en términos de producción, distribución y consumo de contenidos?					
3 ¿Para usted, en qué medida la hiperconectividad potencian las características de las plataformas digitales?					
4 ¿Considera usted que la hiperconectividad ha potenciado el impacto de las fanpage en la difusión del contenido generado?					
5 ¿Cómo cree usted que la hiperconectividad ha influido en el activismo digital en la comuna Palmar en relación con					

	los contenidos generados?						
<b>Variable dependiente: Contenido Informativo</b>							
1	¿Cree usted que el contenido informativo ha evolucionado y se ha adaptado en respuesta a la interacción con los seguidores de la fanpage de Radio Palmar Ec?						
2	¿Considera usted que el contenido informativo ha influido con el compromiso social de la fanpage de Radio Palmar Ec?						
3	¿La evolución del contenido informativo está transformando el enfoque del periodismo digital?						
4	¿Frecuentemente usted revisa y comparte contenido informativo de la fanpage Radio Palmar Ec?						
5	¿Considera usted que las fanpage de Radio Palmar Ec comparten contenido informativo que sea verificado, veraz y creíble?						



**Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.**

**Juez Experto**

**C.I: 1710806009**

## Anexo 2

**Tabla 15 Matriz de validación de contenido por juicio de expertos**

TÍTULO:		La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en la fanpage De Radio Palmar Ec.															
AUTOR:		Cecibel Paola Reyes Rodríguez															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
La hiperconectividad	Cultura Digital	Comunidad Informativo															
	Transformación de las redes sociales	Adaptabilidad e innovación															
	La Web 2.0	Páginas y plataformas digitales															
	Activismos Digital	Contenidos generados															
Contenido informativo	Las Fake News	Tipos de noticias falsas															
	Interacción del usuarios	Rapidez e Inmediatez															
	Periodismo Digital y Noticias	Compromiso social															
	La veracidad y credibilidad	Fuentes de información															

La Libertad, 25 de noviembre del 2024



**Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.**

Juez Experto  
C.I: 1710806009

**Anexo 3**

**INSTRUMENTO**

**Técnica:** Entrevista

**Instrumento:** Guía de pregunta

**Tema:** La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en La Fanpage De Radio Palmar Ec.

**Objetivo:** Recabar información que complemente a la investigación que se está planteando, para finiquitar las dudas y nutrir de más conocimiento

**Tabla 16**

<p><b>Entrevistado: Lic. Bryan Segovia.</b>  <b>Cargo: Administrador de la fanpage Radio Palmar Ec</b>  <b>Especialidad: Licenciado en comunicación</b>  <b>Entrevistador: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.</b></p>	<p><b>Entrevistado: Lic. Roger Suarez.</b>  <b>Cargo: Director de Rojito Tv</b>  <b>Especialidad: Licenciado en Ciencias de la Educación.</b>  <b>Entrevistador: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.</b></p>	<p><b>Entrevistado: Lic. Fabián Tumbaco</b>  <b>Cargo: Presentador de Costa Tv.</b>  <b>Especialidad: licenciado en comunicación.</b>  <b>Entrevistador: Cecibel Paola Reyes Rodríguez.</b></p>
---	---	---

<b>Variables</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Observación</b>
<b>Variables</b>  <b>Hiperconectividad</b>  <b>Contenido informativo</b>   La hiperconectividad	¿De qué manera cree usted que la hiperconectividad ha influido en el comportamiento y el activismo digital de los seguidores de las fanpage de las redes sociales?		
	¿Cómo considera que la		

	<p>hiperconectividad ha transformado los procesos de producción, distribución y consumo de contenidos en las redes sociales?</p>		
	<p>¿En qué aspectos piensa que la hiperconectividad ha potenciado el impacto y las características de las plataformas digitales en la difusión de contenido informativo?</p>		
	 <p>Firmado digitalmente por: <b>WASHINGTON OSWALDO DUTAN</b></p>		

Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.

**Juez Experto**

**C.I: 1710806009**

Anexo 4

Tabla 17 VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

<b>DATOS DEL ESTUDIANTE</b>		
<b>Apellidos y nombres: Reyes Rodríguez Cecibel Paola</b>		
<b>TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>		
<b>La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en La Fanpage De Radio Palmar Ec.</b>		
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>		
<b>Nombre Del Instrumento:</b>	Guía de preguntas	
<b>Objetivo:</b>	Recabar información usando las variables del proyecto, para complementar la investigación.	
<b>Dirigido a:</b>	Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.	
<b>JUEZ EXPERTO</b>		
<b>Apellidos y nombres:</b>	<b>Dután Washington Oswaldo</b>	
<b>Documento de identidad:</b>	<b>1710806009</b>	
<b>Grado académico:</b>	<b>Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social</b>	
<b>Especialidad:</b>	<b>Magister en Periodismo mención en Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia</b>	
<b>Experiencia profesional (años):</b>		
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>		
<b>Aplicable</b>	<b>Aplicable después de Corregir</b>	<b>No aplicable</b>
	<b>X</b>	
<b>Sugerencia:</b>		

La Libertad, 25 de noviembre del 2024



Lic. Washngton Oswaldo Dután, Mgtr.

Juez Experto

C.I 1710806009

Anexo 5

Tabla 18 matriz de validación de contenido por juicio de experto.

TÍTULO:		La hiperconectividad y difusión del contenido informativo en La Panfage De Radio Palmar Ec.															
AUTOR:		Cecibel Paola Reyes Rodríguez.															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
La hiperconectividad	Cultura Digital	Comunidad informativa											X		X		
	Transformación de los medios de comunicación	Adaptabilidad e innovación											X		X		
	La web 2.0	Páginas y plataformas											X		X		
	Activismos digital	Contenido generado											X		X		
Contenido informativo	Las fake news	Tipos de noticias falsas											X		X		
	Interacción del usuario	Rapidez e inmediatez											X		X		
	Periodismo digital y noticias	Compromiso social											X		X		
	La veracidad y credibilidad	Fuentes de información											X		X		

La Libertad, 25 de noviembre del 2024



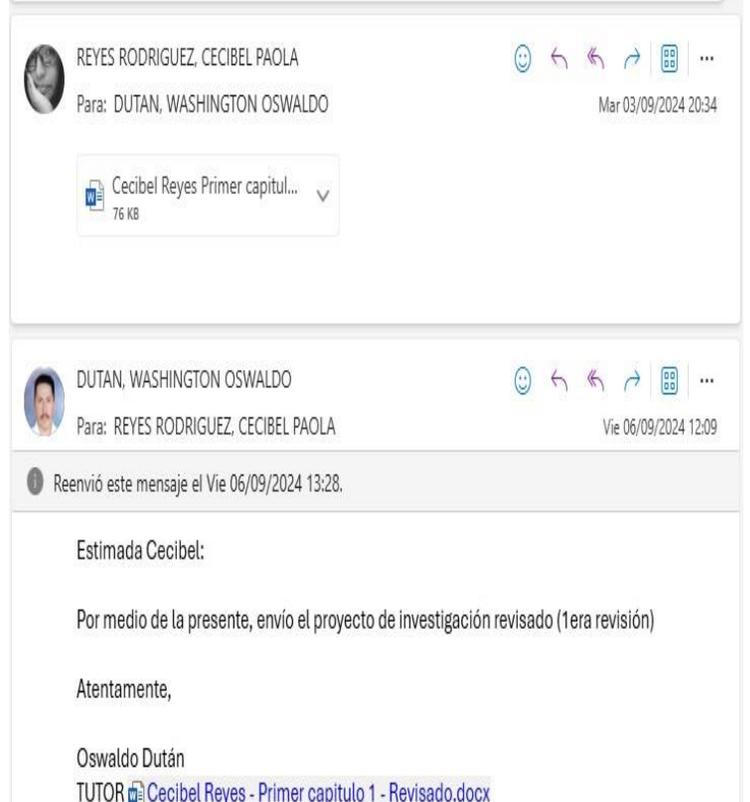
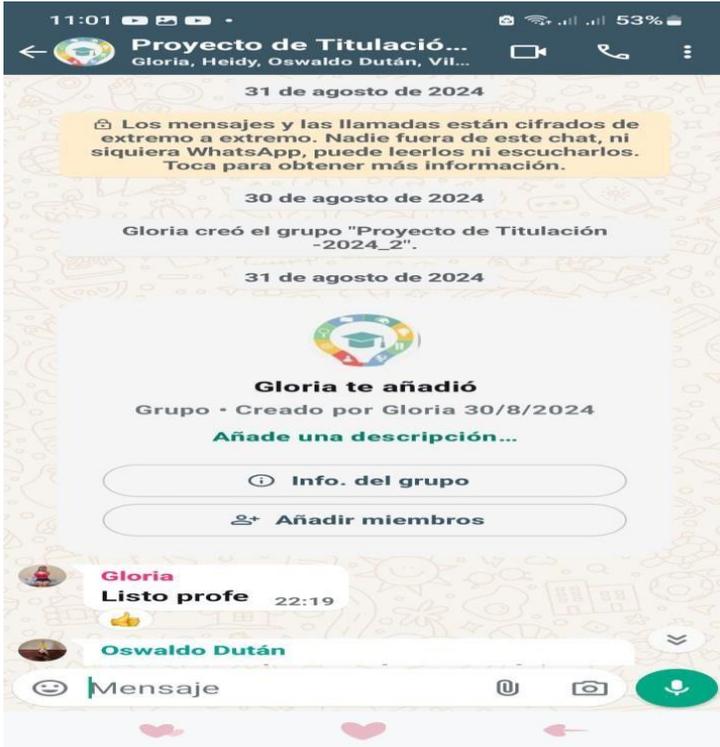
Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 1710806009

## ANEXOS 6

### Evidencia de tutorías con el docente.





DUTAN, WASHINGTON OSWALDO

Para: REYES RODRIGUEZ, CECIBEL PAOLA

Mié 11/09/2024 22:28

Cecibel Reyes Primer capitul...  
85 KB

Estimada Cecibel:

Por medio de la presente, envié el proyecto de investigación revisado y con algunas sugerencias para que las revise. hay que darle más dedicación al trabajo.

Atentamente,



DUTAN, WASHINGTON OSWALDO

Para: REYES RODRIGUEZ, CECIBEL PAOLA

Jue 19/09/2024 17:50

Cecibel Reyes Primer capitul...  
Se ha guardado en OneDrive

Estimada Cecibel:

Ya está mejor el trabajo, lo que falta es definir CÚAL ES el problema observado por usted.

Revise las recomendaciones, y defina lo que usted plantea.

Atentamente,

Oswaldo Dután  
DOCENTE TUTOR



Usted

Buenas tardes licenciado. Disculpe por molestarle en su día libre le es...

Sáb 21/09/2024 14:06

## Anexo 7

### Entrevistas por medio de WhatsApp a los expertos

The image shows a WhatsApp Business interface. At the top, the header reads "WA Business" with icons for camera, search, and a menu. Below the header is a list of four contacts:

- Anibal Tumbaco** 17:30  
✓✓ Buenas tardes Lic. Anibal Tumbaco...
- Marcos Aquino** 17:22  
✓✓ Que tal , la verdad es que ya me encue...
- Rojito Tv** 17:15  
✓✓ Buenas tardes Lic. Roger Suarez....
- Bryan Segovia Radio Palmar** 17:09  
✓✓ hay que demostrar la educación ante t...

Below the list are two chat screenshots:

**Chat 1: Bryan Segovia Radio Palmar**  
Time: 11:29, 54% battery.  
Message: ¿En qué aspectos piensa que la hiperconectividad ha potenciado el impacto y las características de las plataformas digitales en la difusión de contenido informativo? Editado 16:57 ✓✓  
Date: 25 de octubre de 2024  
Response: La hiperconectividad ha cambiado mucho cómo nos comportamos en las redes sociales. Ahora, la información está a solo un clic, y eso ha hecho que más personas se interesen y participen en causas sociales. La inmediatez de las noticias y la posibilidad de compartir experiencias en tiempo real han permitido que se formen comunidades más unidas en torno a temas importantes. La gente se siente más empoderada para actuar y hacer oír su voz, ya sea firmando peticiones, organizando eventos o simplemente compartiendo información relevante.  
2  
Antes, solo unos pocos podían crear y distribuir contenido, pero hoy en día, cualquiera con un teléfono puede hacerlo. Esto ha cambiado la forma en que consumimos contenido también. Los videos cortos conocidos como reels , las historias y las publicaciones visuales tienen mas alcance, y eso ha llevado a que los creadores se adapten a lo que la audiencia quiere

**Chat 2: Fabian Tumbaco**  
Time: 11:28, 54% battery.  
Message: Buenas Noches... Soy Cecibel Paola Reyes Rodriguez estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Le escribo porque me encuentro realizando mi proyecto de titulación con el tema "LA HIPERCONECTIVIDAD Y DIFUSION DEL CONTENIDO INFORMATIVO EN LA FANPAGE DE RADIO PALMAR EC". Conociendo la experiencia que tiene considero que me puede ayudar con las siguientes preguntas. Desde ya le quedo muy agradecida.  
Response: ¿De qué manera cree usted que la hiperconectividad ha influido en el co... Leer más 19:42 ✓✓  
Audio messages:

- 1:24 - 20:26
- 1:28 - 20:28
- 1:58 - 20:30
- 0:15 - 20:30

  
Message: Muchas gracias . Y disculpe la molestia. Pero en tal caso me puede ayudar con el nombre del canal o de la página, el cargo que desempeña y

