



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

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

LA MEDIAMORFOSIS Y LA INTEGRACIÓN EN LAS REDES SOCIALES
DE LA VOZ DE LA PENÍNSULA EN EL CANTÓN SANTA ELENA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORA:

PENÉLOPE GIANELLA BRIONES TIGRERO

TUTOR:

LIC. ÁNGEL ALBERTO MATAMOROS DÁVALOS, PHD.

ESPECIALISTA:

LIC. WASHINGTON OSWALDO DUTÁN, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025



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

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**LA MEDIAMORFOSIS Y LA INTEGRACIÓN EN LAS REDES SOCIALES
DE LA VOZ DE LA PENÍNSULA EN EL CANTÓN SANTA ELENA.**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORA:

PENÉLOPE GIANELLA BRIONES TIGRERO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

IMPACTOS DE LA COMUNICACIÓN RADIAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS.....	
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	IV
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	IV
TRIBUNAL DE SUSTETACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	V
RESUMEN	VI
INTRODUCCIÓN	VIII
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Antecedentes del problema de investigación.	1
1.2. Formulación del problema de investigación.	7
1.2.1. Preguntas de investigación.....	7
1.3. Objetivos	7
1.3.1. Objetivo general.....	7
1.3.2. Objetivos específicos.	7
1.4. Justificación de la investigación.....	8
1.5. Hipótesis.....	9
1.6. Variables.....	9
1.6.1. Independiente: Mediamorfosis.....	9
1.6.2. Dependiente: Integración en las redes sociales.....	9
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	10
2.1. Conocimiento actual.....	10
2.1.1. Mediamorfosis	10
2.1.2. Integración en las redes sociales	11
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.	13
2.2.1. Adaptación tecnológica.....	13
2.2.2. Producción digital	14
2.2.3. Convergencia mediática.....	15
2.2.4. Expansión de alcance.....	15
2.2.5. Alfabetización digital.....	16
2.2.6. Contenido digital.....	16
2.2.7. Estrategia comunicacional	17
2.2.8. Interacción social	18
2.2.9. Diversificación de contenidos.....	19

2.2.10.	Frecuencia de publicación.....	19
2.3.	Marco Legal	20
2.3.1.	Declaración universal de los derechos humanos (1948).....	20
2.3.2.	Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión (2000)	20
2.3.3.	Constitución de la república del Ecuador (2008).....	21
2.3.4.	Ley orgánica de comunicación (2013).....	22
3.	MARCO METODOLÓGICO	25
3.1.	Enfoque de investigación	25
3.2.	Tipo de investigación	25
3.2.1.	Investigación descriptiva	25
3.3.	Diseño de investigación	26
3.4.	Alcance de investigación.....	26
3.5.	Operacionalización de las variables	28
3.6.	Población, muestra y periodo de estudio.....	30
3.6.1.	Población.....	30
3.6.2.	Muestra	30
3.6.3.	Tipo de muestreo.....	31
3.6.4.	Periodo de estudio.....	31
3.7.	Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.	32
3.7.1.	Encuesta	32
3.7.2.	Entrevista	33
3.7.3.	Observación	33
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	35
4.1.	Análisis Cuantitativo: Encuesta	35
4.2.	Análisis cualitativo: Entrevista.....	46
4.3.	Análisis cualitativo: Análisis de contenido	69
5.	DISCUSIÓN.....	71
5.1.	Discusión de resultados de la encuesta.	71
5.2.	Discusión de resultados de entrevista.....	72
5.3.	Discusión resultados ficha de observación.....	76
6.	CONCLUSIONES.....	78
7.	RECOMENDACIONES	79
8.	REFERENCIAS	80
9.	ANEXOS.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad	35
Tabla 2 La Voz de la Península ha logrado adaptarse al uso de las plataformas digitales	36
Tabla 3 Los contenidos compartidos por La Voz de la Península se presentan en formatos adecuados para redes sociales	37
Tabla 4 Consume el contenido de La Voz de la Península a través de la radio tradicional, como en sus redes sociales.....	38
Tabla 5 El uso de redes sociales ha contribuido a que La Voz de la Península sea más visible para el público.....	39
Tabla 6 Se percibe un adecuado manejo de las plataformas digitales en el contenido que publica La Voz de la Península.....	40
Tabla 7 Los contenidos digitales de La Voz de la Península han llamado su atención.....	41
Tabla 8 Se evidencia una adecuada planificación en la manera en que La Voz de la Península gestiona sus redes sociales	42
Tabla 9 Ha interactuado con los contenidos que comparte La Voz de la Península en sus redes sociales.....	43
Tabla 10 En la programación de La Voz de la Península ha encontrado programas que resultan relevantes	44
Tabla 11 Es importante que el medio La Voz de la Península actualice sus redes a diario	45
Tabla 12 Entrevista 1	46
Tabla 13 Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica – Entrevista 1	50
Tabla 14 Entrevista 2	55
Tabla 15 Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica – Entrevista 2.....	58
Tabla 16 Entrevista 3	62
Tabla 17 Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica – Entrevista 3.....	65
Tabla 18 Matriz de categorización.....	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad	35
Figura 2 La Voz de la Península ha logrado adaptarse al uso de las plataformas digitales	36
Figura 3 Los contenidos compartidos por La Voz de la Península se presentan en formatos adecuados para redes sociales	37
Figura 4 Consume el contenido de La Voz de la Península a través de la radio tradicional, como en sus redes sociales.....	38
Figura 5 El uso de redes sociales ha contribuido a que La Voz de la Península sea más visible para el público.....	39
Figura 6 Se percibe un adecuado manejo de las plataformas digitales en el contenido que publica La Voz de la Península.....	40
Figura 7 Los contenidos digitales de La Voz de la Península han llamado su atención.....	41
Figura 8 Se evidencia una adecuada planificación en la manera en que La Voz de la Península gestiona sus redes sociales	42
Figura 9 Ha interactuado con los contenidos que comparte La Voz de la Península en sus redes sociales.....	43
Figura 10 En la programación de La Voz de la Península ha encontrado programas que resultan relevantes	44
Figura 11 Es importante que el medio La Voz de la Península actualice sus redes a diario	45

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **Penélope Gianella Briones Tigero** con C.I. 0928020064, 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 mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz de la península en el cantón Santa Elena, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 24 de junio de 2025.

Atentamente,

Penélope Briones

Apellidos y Nombres del estudiante
C.I. 0928020064

DEDICATORIA

El corazón lleno de gratitud me lleva a dedicar este esfuerzo a mi familia, en especial a mis padres, Johanna Tigrero y Jinsop Briones. Gracias por su amor incondicional, por cada sacrificio y por impulsarme siempre a seguir adelante. Este camino recorrido y todo lo que he alcanzado también les pertenece.

Con profundo amor, dedico este logro a mi querido Lic. Robert Rosero, a quien tuve el privilegio de conocer en el camino de esta hermosa carrera. Sé que, desde donde esté, se siente orgulloso de mí. Sus palabras de aliento y sus consejos en vida me sostuvieron en los momentos más difíciles y me impulsaron a seguir adelante hasta alcanzar mis metas.

A mis compañeras incondicionales: Nayla, Lupe, Charlotte y Azura. Mis mascotas, mi refugio y mi motor de vida, por estar conmigo en tantas noches de desvelo y estudio, dándome paz y compañía.

Y a mí misma, porque solo yo sé cuánto me ha costado llegar hasta aquí. Por no rendirme, por encontrar fuerza en medio de la adversidad y avanzar, incluso cuando todo parecía imposible.

Penélope Gianella Briones Tigrero

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme vida, fortaleza y la oportunidad de alcanzar una meta más en mi camino. Gracias a ello, hoy puedo sentirme orgullosa de haberme superado y mantenerme firme, incluso en medio de las dificultades.

A los compañeros y amigos que la universidad puso en mi vida, especialmente a Emily Ramírez, Sugey Barzola y Charlie Moreno. Gracias por hacer de este viaje una experiencia inolvidable, por cada momento compartido y por estar presentes en cada etapa.

A mi mejor amigo, Pablo Terán, por ser mi sí en cada locura, por estar cuando reí y también cuando no podía más. Gracias por alegrar mis días y hacer que esta vida se sienta un poquito más ligera.

A mis amigos de prácticas, que incluso después de terminarlas siguen formando parte de mi vida. Jhover, Ricardo y Kevin, gracias por hacerme sentir parte del grupo, por las risas compartidas en Dicom, en el bar y en el Card. Esos momentos siempre los llevaré conmigo.

Expreso mi más sincero agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena porque en ella pude crear momentos especiales alrededor de personas que valoro profundamente en mi vida. Este espacio no solo me brindó formación académica, sino también la oportunidad de crecer, descubrirme, y compartir experiencias que marcaron mi corazón. Gracias a esta etapa, llevo conmigo recuerdos imborrables, amistades sinceras y el impulso de seguir construyendo mi futuro.

Penélope Gianella Briones Tigero



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

La Libertad, 23 de junio del 2025

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

En su despacho. -

En calidad de tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que la estudiante **Penélope Gianella Briones Tigreiro, con número de cédula 0928020064** con cédula de identidad No **09280200764**, 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 mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz de la Península en el cantón Santa Elena”**.

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

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

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de la autora, 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. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Docente tutor
Trabajo Integración Curricular II
Correo Institucional: amatamoros@upse.edu.ec

TRIBUNAL DE SUSTETACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
BENAVIDES

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



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

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

Lic. Vilma Maribel García González, Msc.
**DOCENTE GUÍA UIC DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD..
**DOCENTE TUTOR UIC DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA UIC DE
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Penélope Gianella Briones Tigrero
ESTUDIANTE

La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz de la península en el cantón Santa Elena

Briones Tigrero Penélope Gianella
Código Orcid 0000-0002-8550-6793
Universidad Estatal Península de Santa Elena – Comunicación

RESUMEN

En el presente proyecto, titulado “La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz de la Península en el cantón Santa Elena”, se analiza cómo esta emisora ha enfrentado el proceso de transformación mediática impulsado por la evolución tecnológica y los cambios en las dinámicas comunicacionales. La variable independiente, la mediamorfosis, representa la transformación de los medios tradicionales hacia entornos digitales, mientras que la variable dependiente, la integración en redes sociales, refleja cómo las plataformas digitales han modificado la forma de comunicar, generando nuevos vínculos y formas de participación. El objetivo principal fue analizar cómo se desarrolla este proceso en la emisora, con el fin de comprender el impacto de la hibridación de medios en las audiencias digitales. La investigación, de tipo descriptiva, se desarrolló bajo un enfoque mixto, utilizando técnicas como encuestas, entrevistas y observación, con instrumentos específicos como cuestionarios, guías de preguntas y matriz de categorización. Los resultados evidencian avances técnicos importantes, pero también retos en la generación de contenidos que conecten realmente con la audiencia, especialmente la más joven. En conclusión, La Voz de la Península debe fortalecer su propuesta comunicacional, adaptando sus narrativas y formatos a las exigencias del entorno digital para lograr una conexión efectiva y significativa.

Palabras Clave: *La mediamorfosis, redes sociales, plataformas digitales, hibridación, La Voz de la Península.*

Mediamorphosis and Social Media Integration of La Voz de la Península in the Canton of Santa Elena

Briones Tigrero Penélope Gianella
Código Orcid 0000-0002-8550-6793
Universidad Estatal Península de Santa Elena – Comunicación

ABSTRACT

In the present project, entitled “Mediamorphosis and Social Media Integration of La Voz de la Península in the Canton of Santa Elena,” we analyze how this radio station has faced the process of media transformation driven by technological evolution and changes in communication dynamics. The independent variable, mediamorphosis, represents the transformation of traditional media toward digital environments, while the dependent variable, social media integration, reflects how digital platforms have modified the way of communicating, generating new connections and forms of participation. The main objective was to analyze how this process unfolds at the station, in order to understand the impact of media hybridization on digital audiences. This descriptive study was conducted under a mixed-methods approach, employing techniques such as surveys, interviews, and observation, with specific instruments including questionnaires, question guides, and categorization matrices. The results reveal significant technical advances but also challenges in generating content that truly resonates with the audience, especially younger listeners. In conclusion, La Voz de la Península must strengthen its communication strategy by adapting its narratives and formats to the demands of the digital environment in order to achieve an effective and meaningful connection.

Keywords: *Mediamorphosis, social media, digital platforms, hybridization, La Voz de la Península.*

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de la emisora La Voz de la Península, ubicada en el cantón Santa Elena”, parte del contexto actual de transformación digital que atraviesan los medios de comunicación, especialmente la radio, uno de los formatos tradicionales con mayor trayectoria en la historia de la comunicación. En un entorno mediático cada vez más dinámico, la digitalización y el uso intensivo de las redes sociales reconfiguran la manera en que los medios interactúan con sus audiencias, demandando nuevos formatos, mayor inmediatez y una comunicación más horizontal.

La mediamorfosis, entendida como el proceso de adaptación y evolución que experimentan los medios al incorporar tecnologías digitales, permite comprender cómo la radio transita hacia modelos híbridos que combinan lo tradicional con lo digital. En este marco, La Voz de la Península incursiona en plataformas sociales con el objetivo de ampliar su alcance, fortalecer la conexión con sus oyentes e incrementar la visibilidad de sus contenidos. Esta integración plantea interrogantes sobre la efectividad de sus estrategias comunicacionales y el nivel de participación que logra generar entre sus seguidores.

El análisis se centra en identificar cómo la emisora gestiona su presencia digital, qué tipo de contenidos publica, cómo se estructura su comunicación en redes y de qué manera sus audiencias perciben y responden a dicha presencia. La investigación se orienta a conocer el impacto de la hibridación mediática en la relación entre el medio y su público, considerando que en la actualidad las redes sociales se consolidan como espacios clave para el consumo, distribución e interacción con contenidos informativos.

Metodológicamente, el estudio se desarrolla bajo un enfoque mixto, que combina técnicas cualitativas y cuantitativas con el fin de obtener una visión integral del fenómeno. Se utiliza el método descriptivo y con un diseño no experimental, lo cual permite observar y analizar los procesos tal como ocurren en su entorno natural, sin intervención del investigador. A través de entrevistas, ficha de observación y encuestas, se examina el proceso de transformación comunicacional que experimenta La Voz de la Península en su incursión en redes sociales, identificando sus principales avances, limitaciones e implicaciones en la construcción de su comunidad digital.

Capítulo I. Este capítulo introduce el problema de investigación, abordando el impacto de la mediamorfosis en la integración de la emisora La Voz de la Península en redes sociales. Contiene

antecedentes, formulación del problema, preguntas de investigación, objetivos, justificación, hipótesis y definición de variables.

Capítulo II. Aquí se presenta el marco teórico y conceptual, con una revisión de estudios previos sobre mediamorfosis e integración en redes sociales. Se desarrollan conceptos clave como adaptación tecnológica, producción digital, convergencia mediática, estrategia comunicacional e interacción social, junto con el marco legal aplicable.

Capítulo III. En este capítulo se describe la metodología utilizada, detallando el enfoque mixto, tipo y diseño de investigación, alcance, así como las técnicas e instrumentos para la recolección de datos y los criterios para población, muestra y muestreo.

Capítulo IV. En este último apartado, se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis de las encuestas, entrevistas y observación, mostrando las conclusiones del estudio.

Este estudio busca comprender cómo la mediamorfosis influye en la transformación digital de la emisora La Voz de la Península, especialmente en su integración y uso de las redes sociales. Se analiza cómo estos cambios afectan la forma en que la emisora se comunica con su audiencia, fortalece su presencia digital y adapta sus contenidos a las nuevas demandas del entorno mediático actual. Además, se examina el impacto de estas transformaciones en la participación y el vínculo con sus seguidores.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

Variable independiente: La mediamorfosis

A partir de los avances tecnológicos y sociales, la mediamorfosis redefine el panorama de la comunicación. Este fenómeno no solo exige una transición de lo tradicional a lo digital, sino que demanda una reestructuración profunda en la manera en que los medios generan y difunden contenidos. En particular, las emisoras de radio, que históricamente han trabajado bajo una lógica lineal y unidireccional, ahora enfrentan el reto de adaptarse a un ecosistema digital, caracterizado por la interactividad, la segmentación y la velocidad en el consumo de información.

Tal como establece el creador del concepto de "mediamorfosis" (Fidler, 1997) los medios de comunicación actuales no surgen de manera repentina, sino que se desarrollan a partir de los tradicionales, mediante un proceso de adaptación (p.29). Esta transformación ha llevado a que muchas emisoras intenten migrar sus contenidos a plataformas digitales como Facebook o YouTube. Sin embargo, dicha transición muchas veces se realiza sin una planificación clara, lo que reduce el impacto de su presencia en línea. Aunque algunas estaciones cuentan con equipos para realizar transmisiones en vivo, estas acciones carecen de visibilidad debido a la falta de estrategias específicas por red.

Para que el mensaje logre una recepción efectiva en esta nueva era comunicacional, es fundamental mantenerse al día con las herramientas tecnológicas. La red, como entorno múltiple, no solo alberga datos, sino que también articula diversas vías de difusión simultáneas. Más allá del componente técnico, su verdadero impacto reside en la capacidad de transformar la comunicación en un proceso interactivo y dinámico.

En base a la información de (Fantini & Tamba, 2020) el internet no se considera un medio en sí, sino una tecnología que diversifica múltiples canales de comunicación y permite un acceso global sin precedentes (p120). Sin embargo, la radio sigue replicando los mismos formatos radiales en redes sociales, sin adaptar sus contenidos al entorno visual, interactivo y narrativo que exige lo digital, lo cual provoca desconexión con las audiencias que se mueven bajo otros códigos de consumo.

Los medios de comunicación y su transformación han estado directamente influenciada por el progreso tecnológico, lo que ha provocado que la radio, televisión, periódicos y otros medios tradicionales opten por cambiar su manera de producir y difundir su contenido. Desde esta perspectiva, la mediamorfosis exige una transformación rápida y profunda que puede causar resistencia, falta de recursos y desconocimiento entre el personal, afectando la calidad y el impacto del contenido.

De acuerdo con (Morejón & Zamora, 2019), la mediamorfosis representa una evolución en los medios provocada por las nuevas tecnologías, que reconfigura las dinámicas de producción y difusión de contenidos, generando diversas maneras de comunicar e interactuar con las audiencias (p.13). En muchas emisoras, pese a tener presencia en redes sociales, los bajos niveles de interacción evidencian un uso limitado de las herramientas digitales, lo que impide una conexión genuina con públicos que privilegian la inmediatez, lo visual y la participación.

Los medios tradicionales como la radio han migrado a formatos digitales para mantenerse vigentes en un entorno interconectado. Su alcance ya no se limita al espectro radiofónico, sino que se extiende a plataformas digitales y dispositivos móviles. Sin embargo, la falta de una estrategia de contenido multimedia o la improvisación en el uso de estas herramientas impide aprovechar todo el potencial que ofrecen tecnologías como el streaming, los podcasts y las redes sociales.

Como afirma (Montalván & Galán, 2021) la radio ha adoptado la digitalización al transmitir contenidos por medio de múltiples plataformas, como internet, teléfonos inteligentes, servicios de streaming y podcast, extendiendo su alcance más allá del tradicional espectro radioeléctrico (p.102). Aun así, las emisoras enfrentan dificultades operativas para mantener una presencia constante y de calidad en esos canales, debido a la sobrecarga laboral o a la falta de conocimientos técnicos.

La digitalización da lugar a nuevas aplicaciones que optimizan los formatos de contenidos de información. Aquellas mejoras hacen posible que los creadores de contenido y periodistas adquieran la inmediatez, reduzcan el tiempo de edición y redacción de sus mensajes. El acceso a herramientas digitales para agilizar la producción informativa supone ventajas, pero también obliga a las emisoras a enfrentar la tensión entre velocidad y calidad, con implicaciones negativas para su credibilidad.

En base a la información de (Cochea & Ramírez, 2022), El acceso a nuevas herramientas digitales, agiliza los procesos de elaboración informativa, permitiendo su publicación en redes sociales de amplio alcance y facilitando una mayor llegada de la información al público (p.7). Gracias a la mediamorfosis, el acceso a herramientas digitales agiliza la producción y difusión de contenido, permitiendo llegar a audiencias más amplias a través de las redes sociales. A pesar de esta ventaja, algunas radios no han implementado mecanismos efectivos para verificar contenidos o realizar seguimiento, lo que debilita su credibilidad frente a una audiencia más crítica y participativa.

El mundo del periodismo ha tenido que evolucionar de la mano con los avances tecnológicos, es ahí donde nace el periodismo digital. Este nuevo enfoque surge como otro de los desafíos en los que se ve afectado los medios tradicionales, teniendo en cuenta que deben ajustar sus formatos y que coincida a la labor informativa emergente. Para medios como la radio, esto representa un gran desafío, pues no todos sus equipos están preparados para comunicar en entornos digitales y gestionar formatos multimedia.

Según el criterio de (Trámpuz & Caicedo, 2023) El periodismo digital surge del desarrollo tecnológico como un nuevo reto para los medios. Las redes sociales han revolucionado la difusión de información, convirtiéndose en plataformas globales para difundir contenidos de manera inmediata (p.9). Este nuevo ritmo de difusión representa un reto para la radio, que debe manejar la velocidad sin perder control sobre el mensaje, enfrentando riesgos de desinformación y dificultad para reaccionar con rapidez ante errores o crisis comunicacionales. La falta de recursos para gestionar esta dinámica puede afectar gravemente la imagen y la confianza del público.

Variable dependiente: Integración en las redes sociales

La era digital ha transformado no solo los medios, sino también la lógica misma de la comunicación. En este nuevo escenario, las redes sociales son más que canales de difusión: son espacios donde se construyen relaciones, se generan comunidades y se establece una nueva manera de interactuar con los contenidos. Las emisoras de radio que no reconocen este cambio corren el riesgo de permanecer invisibles ante una audiencia que demanda inmediatez, cercanía y dinamismo.

Tal como establece (Pérez, Jaramillo, & Paz, 2022), la integración en redes sociales surge por la adaptación que cada plataforma impulsa, adecuándose a nuestras interacciones que

se trasladan a lo digital y se ajustan a lenguajes propios de la conectividad constante (p.9). No obstante, muchas emisoras no logran integrar estos lenguajes en sus prácticas cotidianas. Aunque publican contenidos en redes como Facebook, lo hacen siguiendo estructuras rígidas y tradicionales que no conectan con el estilo narrativo y visual de estas plataformas.

A medida que los medios incorporan las redes sociales, se ven favorecidos con la creación de relaciones cercanas entre la emisora y la audiencia. A través de las interacciones como comentarios y respuestas en tiempo real, la programación puede modificarse e incluso desarrollarse según las preferencias de su público. Poder ajustar los contenidos constantemente permite la personalización de los mensajes, acercándose a las comunidades y sus necesidades. Esto abre la puerta a personalizar la programación y responder en tiempo real, pero también exige mayor capacidad de gestión y respuesta rápida.

Según (Gómez & Corbacho, 2025) afirma que el contenido que se comparte en redes se puede modificar en tiempo real como respuesta a las reacciones de los seguidores, mejorando la personalización de publicaciones, fortaleciendo el vínculo con los espectadores e incrementando el nivel de fidelidad (p.4). En diferentes emisoras radiales, esta oportunidad no se aprovecha plenamente, ya que la falta de respuesta a los comentarios, el desconocimiento de herramientas analíticas o el manejo informal de las cuentas limita la posibilidad de generar comunidades activas.

La convergencia entre medios tradicionales y digitales obliga a las emisoras a mantener su identidad mientras alcanzan nuevos públicos en plataformas diversas. Esto es complejo porque se debe equilibrar lo que se ha hecho siempre con las nuevas demandas digitales.

Según la investigación realizada por (Solórzano, Vélez, & Zambrano, 2024), varios medios de comunicación se vieron obligados a transformar sus actividades e integrar sus transmisiones tradicionales a formatos digitales, utilizando tecnología a gran escala, sin abandonar del todo sus métodos convencionales de informar (p.79). En este caso, la emisora continúa en su proceso de adaptación, aunque ha incorporado herramientas digitales, el contenido que se publica en redes es una extensión directa de la programación tradicional, sin ajustes significativos que respondan a las características específicas de cada plataforma.

Las redes sociales han abierto posibilidades distintas para que los contenidos radiales circulen de forma libre y directa, gracias a ello la difusión super las barreras geográficas. Poder interactuar en tiempo real genera una cercanía a la experiencia auditiva y la radio busca

emplear herramientas para seguir reforzando su presencia transmitiendo sus mensajes por diversos canales.

Según (Pachucho & Santana, 2023) al transmitir el contenido radial en redes sociales se producen oportunidades para fortalecer su formato histórico y ofrece experiencias innovadoras que activa su presencia (p.18). Pero este fortalecimiento depende de contar con planificación, objetivos claros y herramientas de medición. Las radioemisoras carecen de una estrategia de análisis de métricas, lo que impide conocer el comportamiento real de su audiencia en línea y ajustar sus contenidos de manera efectiva.

En la actualidad, las redes sociales forman parte fundamental de la vida diaria, siendo un espacio donde se construyen y mantienen relaciones, pero también un escenario muy competitivo donde la atención del público es limitada. Esta conectividad ha enriquecido las relaciones, generando lazos estrechos entre quienes comparten intereses similares. El acceso a estas plataformas ya no es algo novedoso, sino una parte esencial de la vida cotidiana, pasando a ser esencia en nuestras vidas.

Como destaca (Cortez & Vera, 2024) Las redes sociales han evolucionado las maneras de comunicación y relación en el entorno digital, permitiendo estar conectados con familiares, amigos y personas de cualquier parte del mundo de forma inmediata, sencilla y continua. (p.27). En definitiva, para las emisoras radiales, esto representa un reto porque deben diferenciarse y ofrecer contenidos atractivos en medio de tanta información. Actualmente, la emisora aún no cuenta con un calendario exclusivo para redes, y la frecuencia de publicaciones varía, afectando su visibilidad y la fidelización del público.

Las redes en línea han generado nuevas formas de organizar la comunicación, exigiendo una planificación que considere tanto el fondo como la forma. En estos escenarios, es fundamental tener claridad en los propósitos y estructurar los contenidos con coherencia. Los comunicadores deben prestar atención a las señales que emergen de las interacciones, solo así se puede llegar a construir relaciones significativas. Cada acción dentro de la red debe tener sentido, cuando se busca ser reconocido no hay espacio para la improvisación.

Basado en la investigación de (Chuquimarca & Santamaria, 2024) a través de redes sociales se pretende llegar a audiencias definidas, gestionando estratégicamente sus contenidos para diseñar publicaciones que generen impacto, segmentar correctamente al público para evaluar los beneficios obtenidos mediante las acciones y estrategias comunicacionales

implementadas (p.620). En la emisora, aunque se monitorean algunas métricas básicas, no hay una estrategia formal para segmentar públicos o analizar en profundidad el desempeño de cada publicación, lo que dificulta optimizar los esfuerzos y corregir posibles fallos.

En ese sentido, el proceso de mediamorfosis ha traído consigo grandes cambios para los medios tradicionales como la radio, obligándolos a transformar su manera de comunicar, producir y relacionarse con su audiencia. Las redes sociales se han convertido en espacios claves, pero también en escenarios desafiantes donde las emisoras deben adaptarse a nuevas formas de interacción, velocidad informativa y lenguajes digitales. Aunque estas plataformas ofrecen oportunidades para ampliar su alcance y conectarse con nuevas audiencias, también revelan limitaciones técnicas, organizativas y estratégicas que afectan su visibilidad y relevancia.

Dentro del contexto ecuatoriano, la primera emisora de radio en transmitir en la provincia de Santa Elena fue Radiodifusora La Voz de la Península, ubicada en el cantón La Libertad, cuya primera emisión oficial se realizó el 17 de diciembre de 1952 a través de onda corta. En este estudio, se tomará como referencia dicha emisora para indagar cómo ha afrontado el proceso de mediamorfosis y el grado de integración que ha logrado en redes sociales, especialmente en Facebook, en su búsqueda por mantenerse vigente frente a las nuevas dinámicas del consumo digital.

1.2. Formulación del problema de investigación.

- ¿Cómo se relaciona la mediamorfosis en la integración en las redes sociales de La Voz de la Península en el cantón Santa Elena?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Qué impacto provoca el proceso de mediamorfosis en La Voz de la Península y cómo influye en su adaptación digital?
- ¿De qué manera La Voz de la Península se ha integrado a las redes sociales y qué efecto ha tenido con la interacción de su audiencia?
- ¿Qué estrategias digitales podría implementar La Voz de la Península al momento de aplicar la mediamorfosis y la integración en las redes sociales, para incrementar su presencia en ambientes digitales?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general.

- Analizar el proceso de la mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz de la Península en el cantón Santa Elena, con el fin de conocer el impacto que genera la hibridación de medios y como influyen en las audiencias digitales.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar la transformación de la mediamorfosis, con el fin de interpretar su incorporación en el ámbito digital.
- Determinar la eficiencia de la integración en redes sociales, con el propósito de comprender su efecto en la interacción y participación de los usuarios en línea.
- Definir estrategias que abarque la mediamorfosis y la integración en las redes sociales, para consolidar la visibilidad de la emisora radial en los canales digitales.

1.4. Justificación de la investigación

En los últimos años la digitalización ha cambiado mucho la forma en que los medios de comunicación se relacionan con su audiencia. La radio, que es uno de los medios más tradicionales y con más trayectoria, ahora debe adaptarse a estos nuevos tiempos donde las redes sociales y las herramientas digitales son muy importantes para mantener a los oyentes interesados y participando. Este cambio que están viviendo los medios tradicionales se llama mediamorfosis y consiste en incorporar nuevas tecnologías y estrategias para mejorar la interacción con las personas a través de las redes sociales.

La emisora La Voz de la Península ha intentado abrirse paso en las redes sociales para llegar a más personas y fortalecer la relación con sus seguidores, pero todavía enfrenta varios problemas como poca interacción en sus publicaciones, pocos contenidos pensados para redes y la falta de un plan claro para manejar estas plataformas. Esto hace que no logre aprovechar al máximo estas herramientas digitales y que su audiencia no se comprometa tanto como debería, por eso es importante hacer esta investigación para entender cómo usa la emisora sus redes sociales, qué piensan los seguidores sobre esa gestión y encontrar formas de mejorar para que haya más participación, mejores contenidos y una comunidad más fuerte en el mundo digital.

Además, esta investigación permitirá identificar las dificultades específicas que enfrenta La Voz de la Península en su proceso de mediamorfosis, así como reconocer las oportunidades que aún no ha explotado. Con esta información, la emisora podrá diseñar estrategias más efectivas que no solo aumenten su alcance, sino que también generen un vínculo más cercano y constante con su audiencia, lo cual es fundamental para sobrevivir y crecer en un entorno cada vez más digital y competitivo.

Esta investigación no solo ayudará a La Voz de la Península a adaptarse mejor a la era digital, sino que también servirá para que otros medios tradicionales entiendan la importancia de la mediamorfosis y puedan seguir siendo relevantes hoy en día. Además, permitirá que la sociedad tenga acceso a espacios más participativos donde los oyentes no solo escuchan, sino que también pueden expresar sus opiniones y sentirse parte del medio.

1.5.Hipótesis

La mediamorfosis incide positivamente con la integración de las redes sociales en la radio La Voz de la península en el cantón Santa Elena.

1.6. Variables

1.6.1. Independiente: Mediamorfosis

Según (Baharuddin, 2023) la mediamorfosis avanza al ritmo de los cambios tecnológicos actuales, influida por las necesidades sociales, innovación, política y presiones competitivas, resaltando en el entorno mediático la creciente conexión entre los individuos y las nuevas transformaciones mediáticas (p.20). En un contexto de cambio constante, la mediamorfosis no solo contempla el desarrollo de los medios, sino también cómo estos afectan a la sociedad. Se destaca que el mercado estima que la tecnología podría fomentar la alineación. Este método sugiere reconocer las repercusiones sociales y culturales de las transformaciones mediáticas, esta es una forma de tomar el control activo sobre el paisaje tecnológico actual.

1.6.2. Dependiente: Integración en las redes sociales

El estudio titulado “Análisis de las características de la radio digital en las redes sociales-caso Radio Génesis” de (Romero, 2021) menciona, la radio digital es una realidad, se integra con redes sociales como Facebook e Instagram, facilitando una comunicación rápida y directa entre la emisora y los usuarios, lo que permite una mayor interacción, participación y retroalimentación en tiempo real (p.3). La radio ha experimentado una transformación significativa al incorporarse a las plataformas digitales y redes sociales, lo que le ha permitido adaptarse a las nuevas formas de comunicación y conectarse de manera más directa y dinámica con su audiencia. Esta evolución facilita una mayor participación y un intercambio inmediato entre la emisora y los oyentes, posicionando a la radio digital como un medio flexible y contemporáneo capaz de responder a las demandas actuales de interacción y accesibilidad.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual

2.1.1. Mediamorfosis

En el marco de lo que plantea la mediamorfosis, se han producido diversos cambios en la forma de comunicar. Los medios que han estado por años en la comunicación siguen siendo valiosos porque conservan la forma en que informan, incluso cuando se enfrentan a cambios. Al usar recursos tecnológicos refuerzan su presencia y gracias a su constancia todavía tienen un lugar importante, su valor está en mantenerse fieles a lo que los identifica.

Como lo define (Martori, 2023) en “Las dinámicas multimedia y transmedia en la prensa de proximidad: ¿utopía o realidad? Un análisis del caso catalán” afirma que incorporarse al entorno virtual, las plataformas mantienen su rol de representación, ajustan sus métodos de trabajo y formatos de contenido a las exigencias digitales, para seguir ocupando un lugar dentro del ecosistema comunicacional (p.306). A partir de este estudio, se determinó que hoy en día los medios necesitan usar nuevas plataformas, pero sin dejar de ser fieles a su formato de origen. No solo hay que estar enfocados en estar en internet, hay que tener un plan, saber lo que se quiere lograr y comunicar. Para llegar a un público diverso, se necesitan ideas claras y una forma ordenada de trabajo. Los medios tienen mucho por mejorar, pero se puede lograr con esfuerzo y trabajo en equipo.

Los medios convencionales ya no logran el mismo impacto si no se ajusta a las nuevas exigencias de velocidad y estilo. La radio se ve impulsada a explorar otras maneras de compartir y difundir su programación, ya que las estrategias de emisión se piensan con base en nuevas formas de consumo. Más allá de replicar el contenido, se necesita renovarse para captar la atención con mensajes claros, breves y visualmente atractivos.

Tal como establece (Solórzano M. , 2021) en su proyecto titulado “Migración de medios tradicionales a redes sociales. Caso de estudio: Diario El Mercurio de Manta” menciona que la transición hacia el ámbito digital y las redes sociales implica una reconfiguración del tiempo periodístico. Este proceso exige adaptar los contenidos específicamente con las características de estas nuevas formas de consumo (p.14). Dentro del proceso de incorporación al mundo digital, el manejo del tiempo deja de seguir los parámetros tradicionales y se convierte en una pieza importante que moldea la forma de compartir información, debido a que las redes sociales funcionan con distintos tiempos a comparación de

otros medios convencionales, es ágil y exigente. Su constante renovación logra que este se mantenga presente en la rutina diaria de millones de personas.

El uso de herramientas tecnológicas favorece formas amplias de comunicar, donde lo individual y lo colectivo se relaciona en un mismo intercambio de ideas. Permiten abordar asuntos comunes desde perspectivas diversas, elaborando mensajes con intención clara, con estilo y en el momento adecuado. Las redes sociales aportan recursos valiosos para poder integrar más voces y tener relaciones cercanas y abiertas.

A partir del análisis de (Quilumba & Cochea, 2022) en el artículo “Instagram como herramienta de difusión de contenido del medio Radio Salinas 103.3FM” manifiesta que las redes sociales son canales efectivos de intercambio e interacción. Facilitan al comunicador abordar temas sociales y enriquece su labor en el entorno digital (p.2). Los hallazgos obtenidos de este estudio permiten observar una realidad donde hace falta una estructura sólida para optimizar el uso de plataformas digitales dentro de espacios institucionales. Una emisora de radio con historia al utilizar una red enfocada en lo visual deja en evidencia logros importantes, pero también desafíos por resolver. Esta situación permite revisar cómo se construyen los mensajes, como se los distribuye y que estrategias implementar para destacar entre otras fuentes.

2.1.2. Integración en las redes sociales

El oficio periodístico incorporó nuevas rutas que permiten que los relatos comunicativos se construyan con mayor participación y diversidad. Esta práctica no busca opacar lo tradicional, sino que lo complementa. Quienes ejercen el periodismo combinan los formatos para adquirir mayor inmediatez, estar presentes en diversos espacios, tener interacción con otras personas y volverse un medio principal de información. En este contexto, la mediamorfosis plantea un enfoque sobre la integración de las redes sociales en los medios emergentes, evidenciando la manera en que ambos fenómenos se unen para generar un cambio significativo en estructura de la comunicación contemporánea.

Según (Uguina, 2023), en su investigación titulada “El impacto de las redes sociales y de la audiencia activa en el periodismo” menciona que gracias a las redes sociales se han impulsado nuevas formas de hacer periodismo y son adoptadas por los comunicadores, empleándolas para transmisiones en directo, cobertura instantánea e investigaciones que amplían la participación ciudadana (p.41). A lo largo de este estudio, establece que las

plataformas sociales están ganando protagonismo en la vida diaria y los medios tradicionales las integraron en sus procesos informativos sin perder su identidad. Desde la generación de contenido colaborativo hasta la participación activa en tiempo real, se abren caminos para las nuevas formas de relato. Este proceso establece nuevas pautas sobre cómo actuar con responsabilidad, de esta manera se fortalece la confianza en el ejercicio periodístico profesional.

El consumo de información se ha vuelto variado, permitiendo que cada persona sea capaz de elegir a su gusto y preferencia el contenido que va a consumir. Plataformas como redes sociales, espacios de audio y los servicios a demanda ofrecen alternativas que se ajustan a diferentes estilos de vida. Diversos estudios abordan como se ha dado el proceso de migración de los medios tradicionales a las aplicaciones sociales y como estos han enfrentado desafíos en su tiempo de adaptación.

En base a lo descrito por (Londoño, 2024) en su artículo llamado “Desafíos y oportunidades de la industria de la radio. Caso radio pública de Ecuador” afirma que las plataformas como redes sociales, podcast y servicios de streaming brindan experiencias personalizadas y bajo demanda, generando un desafío para la radio convencional, que enfrenta la necesidad de adaptarse a este formato e innovar su contenido (p.15). En esta investigación, se determinó que el uso estratégico de redes sociales se ha vuelto indispensable para las empresas que desean mantenerse vigente en el ámbito digital. Gracias a estas plataformas, las marcas pueden posicionarse con rapidez y tener una comunicación cercana con los consumidores, lo que mejora la proyección del medio y su alcance global. En un mercado que exige dinamismo, es importante saber utilizar las herramientas que nos brinda la evolución, su uso correcto representa una ventaja clara para lograr estabilidad y proyección empresarial.

Las plataformas en línea se han convertido en espacios para compartir información ya sea de experiencias, intercambio de puntos de vista, hasta crear conexiones significativas. Diversas aplicaciones digitales permiten que las personas comuniquen temas que van desde lo privado hasta lo social. Gracias a esta herramienta, los usuarios pasan a ser protagonistas en la circulación de contenido relevante. La radio, por ejemplo, ha comenzado a utilizar estos espacios para ampliar y fortalecer el vínculo con quienes la escuchan.

De acuerdo a lo señalado por (Von Lippke, 2022) en la investigación “Medios radiales tradicionales y medios digitales en la audiencia de la provincia de Santa Elena”, manifiesta que

durante los últimos años las redes sociales han vivido un auge, destacando Facebook como la más popular. Los usuarios pueden comunicarse, expresar sus sentimientos y difundir noticias o contenido orientado a la comunidad. Esta plataforma bien facilitada promueve el intercambio digital. El estudio señala que los medios tradicionales y los digitales tienen orígenes diferentes pero objetivos comunes y, por lo tanto, pueden complementarse para ofrecer un contenido más rico. Esta fusión exige que los periodistas y comunicadores sean educados y capacitados para generar contenido relevante. En la provincia de Santa Elena, este cambio representa una oportunidad para mejorar la producción informativa y consolidar la confianza dentro de las comunidades.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1. Adaptación tecnológica

En el competitivo ámbito de los medios de comunicación, la adaptación tecnológica se ha convertido en un medio importante. Además de ser una puerta al éxito, la tecnología avanza en los medios abarca desde instalaciones de alta precisión hasta aquellas con un nivel técnico general alto. Mientras tanto, la gestión correcta de la información es imprescindible. Combinar tecnología con información es un camino importante para resolver las dificultades actuales y abrir nuevas oportunidades.

De acuerdo con el concepto de (Zambrano, Moreira, & Cáceres, 2021) afirman que la adaptación tecnológica representa una ventaja para las empresas al incorporar nuevas herramientas, equipos e instalaciones modernas, utilizando la información como un recurso clave para mejorar su rendimiento y competitividad (p.30). Los avances tecnológicos siguen siendo muy importantes para lograr una ventaja en cualquier actividad profesional. Esto incluye el uso de programas, equipos y sistemas modernos. En el mundo cambiante de hoy, necesitas estar actualizado. La tecnología significa nuevas ideas, y cualquier persona que sepa cómo usarla puede adaptarse rápidamente en lugar de quedarse estancado. Al usar bien la tecnología, las personas pueden convertir esa adaptación en innovación y seguir intentando encontrar algo nuevo.

La digitalización ha alterado radicalmente la manera en que se transmiten las ideas, presentado desafíos, así como oportunidades. En esta nueva era no se trata solo de usar herramientas tecnológicas, sino de cómo el público recibe y reacciona a la información que ha

estado cambiando. Con la inmediatez de todo, lo que toma tiempo para digerir se convierte en una necesidad inmediata. Se necesita decir cosas que se relacionen con sus intereses y emociones. Conocer sus deseos y sentimientos es, por tanto, una parte indispensable en el proceso, esto permite una comunicación más directa.

2.2.2. Producción digital

A través de la producción digital, los medios han encontrado una vía para transformarse y ser parte del nuevo entorno. Este proceso no solo mejora su funcionamiento, sino que también brinda la posibilidad de acercarse a sus seguidores. Gracias a estos cambios, es posible lograr una mayor participación del público y fortalecer los lazos con quienes ven, comparten y consumen su contenido. Escuchar las voces de las personas se ha vuelto parte esencial del proceso de comunicación.

Como lo argumenta (Piñeiro & Pedrero, 2022) a través de la producción digital, los medios impulsan la modernización, ofreciendo nuevas oportunidades para generar redes virtuales destinados a ampliar su alcance, difundir su identidad y fortalecer sus audiencias (p.8). Hoy, cuando los medios desarrollan nuevas estrategias de comunicación, de repente encuentras que su alcance se expande aún más, pero siguen ahí y parecer dar un salto más hacia adelante con cada nuevo uso que hacen de recursos innovadores. Esto no solo equivale a un baluarte de su estilo de comunicación, sino también atrae la atención del público e inspira a las audiencias en respuesta.

Todo el mundo podrá participar en este tipo de comunicación si todos pueden emplear la tecnología para hacerlo. Crear espacios abiertos permite que los ciudadanos se involucren activamente en los mensajes. Cuando existe la posibilidad de expresarse sin barreras, crece la confianza entre quienes participan. Así, la comunicación se vuelve cercana y todos pueden aportar desde lo que sienten y piensan.

A juicio de (Diez, 2021) impulsar infraestructuras digitales permite que los medios de producción digital estén al alcance de todos, con el objetivo de impulsar el acceso libre a los datos y avanzando hacia una democracia digital justa (p.123). Brindar acceso a la información y realmente permitir que la gente la use ya no es lujo: la inclusión digital ayuda a la ciudadanía a cocrear sus propias ideas. Los datos, cuando se ven como un servicio público, pueden cambiar la dinámica de la comunicación para que todos se conviertan en parte, en mayor o

menor medida, al menos en las relaciones entre los proveedores de información y las personas que reciben su contenido.

2.2.3. Convergencia mediática

En cuanto a los medios en el mundo de hoy, la integración ha asumido un nuevo estatus por completo. Al combinar los medios tradicionales con las redes sociales, ambos se fusionan y crean nuevas técnicas de interacción con el público, permitiendo que la difusión del mensaje sea eficiente. Así se favorece la circulación directa del mensaje o ideas, cambiando la manera de interactuar en el mundo digital.

Como lo menciona (Mero, 2021) la convergencia mediática es clave en la comunicación actual, combinar lo tradicional y digital, genera sinergias que transforman la manera de presentar contenidos y facilita una mayor captación de audiencias mediante múltiples plataformas (p.10). Al integrar medios tradicionales y digitales, se incrementa el alcance de los mensajes que se pueden transmitir. Ofrece una experiencia comunicativa moderna y fluida. Esta convergencia no solo aumenta la visibilidad de los mensajes, sino que también convierte la comunicación en algo directo y comprensible.

Hoy en día es común encontrar mensajes que nacen en un canal y se transforman en otros, mezclando estilos, formatos y lenguajes. Cuando una historia puede contarse en radio, verse en video y leerse en redes, estamos frente a un proceso que va más allá del medio. El resultado es una comunicación ágil, cercana y adaptable.

2.2.4. Expansión de alcance.

Las redes sociales han cambiado completamente cómo las personas se conectan, comunican y consumen información. Son imprescindibles en el entorno digital (web), y por tanto esenciales para cualquier empresa que busque sobrevivir. Pero a pesar de tal potencial, muchas organizaciones aún no aprovechan al máximo lo que estas plataformas ofrecen.

Tal como lo indica (Abad, 2020) el grado de expansión del alcance en las redes sociales es asombroso. A pesar de esto, los medios todavía no se dan cuenta de cuán limitado probablemente será nuestro conocimiento laboral, lo cual ofrece una oportunidad para la visibilidad debido a ello (p.153). Las redes sociales representan un activo valioso para las empresas en entornos digitales. Comprender su verdadero alcance y saber gestionarlas de forma estratégica puede marcar la diferencia entre avanzar con éxito o quedar rezagado en un

mercado cada vez más competitivo y dinámico. Además, una gestión efectiva de estas plataformas permite no solo aumentar la visibilidad y el alcance de la marca, sino también fortalecer la relación con la audiencia, generar confianza y fidelidad, elementos clave para la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo en el mundo digital.

2.2.5. Alfabetización digital.

En un mundo de creciente interconexión, la forma en que accedemos, creamos y compartimos información también ha cambiado drásticamente. Desarrollar habilidades que permitan manejar herramientas digitales se ha convertido en un requisito esencial de la vida moderna. Hoy en día, la alfabetización digital se presenta como un nuevo valor para la integración social.

Según lo mencionado por (Álvarez y otros, 2019) los aspectos clave de alfabetización digital incluyen el multimedia y la digitalización de la sociedad de la información, donde leer y crear contenido multimedia son necesarios para la comunicación (p.401). En las aplicaciones multimedia, la información escrita se presenta combinada con textos, sonidos, gráficos e imágenes en movimiento, creando una experiencia interactiva y enriquecida para el usuario. Esta integración de diversos formatos permite captar mejor la atención, facilitar la comprensión de los contenidos y ofrecer múltiples formas de interacción, lo que resulta fundamental en ámbitos como el entretenimiento y la comunicación digital.

Una adecuada alfabetización digital no solo abre puertas al conocimiento y la comunicación, también permite a las personas participar activamente en la vida social, profesional y cultural de su entorno. Satisfacer las demandas de esta nueva era con precisión y autonomía se construye sobre una nueva base de habilidades: saber cómo se produce, interpreta y transforma la información hoy en día.

2.2.6. Contenido digital

Los mensajes que se comparten en plataformas digitales suelen estar hechos de diversos recursos como fotos, sonidos, palabras y figuras. Esta forma de comunicarse hace que los contenidos sean más fáciles de entender y atractivos. Es una manera de adaptarse al ritmo y estilo de las redes sociales. De esta manera, logran compartir información que se ha vuelto parte del día a día en internet y fortalecen sus relaciones dentro de los espacios digitales que existen en la actualidad.

Tal como describe (Villegas & Castañeda, 2020) el contenido digital integra diversos elementos expresivos, como texto, sonido, imagen y emoticones, para transmitir mensajes claros, convirtiéndose en una herramienta utilizada por usuarios como por empresas que buscan tener presencia en las redes sociales (p.257). Cuando se combinan diferentes recursos, se logra una forma de comunicación completa y llamativa. Tanto usuarios como medios tradicionales han optado por implementar el uso de estas herramientas y logran adaptarse a las plataformas virtuales. Así nace una forma de expresión viva, flexible y compartida, donde se pasa de informar a provocar reacciones y generar experiencias.

El entorno digital ha ganado relevancia en los últimos años, ya que ofrece un espacio para interactuar de manera directa y eficaz, tanto para quienes lo utilizan de forma personal como para los medios en su proceso de adaptación a lo tecnológico. Los contenidos digitales, al ser atractivos y persuasivos, se han posicionado como los más consumidos por el público. La retroalimentación instantánea ofrece que las plataformas permitan ajustes rápidos y dinámicos en los mensajes, manteniendo la conexión en tiempo real.

Como menciona (García & León, 2021) la adopción del entorno digital resulta altamente favorable tanto para las instituciones y usuarios, ya que los contenidos digitales, al ser persuasivos y accesibles, constituyen una fuente interminable de información disponible en todo momento (p.44). Con el desarrollo de los ámbitos digitales surgieron nuevas formas de crear y recibir mensajes. En este nuevo espacio, las personas pueden realizar nuevas formas de interacción que cambian el viejo orden. Los usuarios y las entidades de medios son capaces de crear su propio contenido con una amplia variedad de herramientas y plataformas, fomentando la creatividad y el desarrollo en muchos campos.

2.2.7. Estrategia comunicacional

Para aquellos que esperan destacar en un mercado competitivo, tener una estrategia de comunicación es imprescindible. Una estrategia efectiva no solo aumenta la visibilidad de las cosas; también permite construir una imagen que sea auténtica y refleje la verdadera esencia de cualquier asunto. La confianza y la transparencia son conceptos fundamentales para establecer relaciones genuinas y sostenibles. Una buena comunicación puede ajustarse para enfrentar cambios en el entorno y mantenerse firme entre otros medios que buscan digitalización.

Según lo mencionado por (Sevilla, García, & Reyna, 2022) Una estrategia comunicacional bien planteada no solo mejora el posicionamiento, sino que también facilita la

proyección de una imagen coherente, genera confianza en los públicos y fortalece la presencia en distintos contextos. (p.6921). En un mercado que cambia constantemente, es crucial aplicar estrategias de comunicación efectivas para mantenerse al día. Conexiones auténticas con aquellos que interactúan contigo harán que el posicionamiento de un medio sea más sólido. Las relaciones basadas en la confianza son cruciales para mantener la estabilidad y la continuidad. Además, la gestión de la comunicación a lo largo del tiempo ayudará a la adaptación a nuevas oportunidades.

Con el paso del tiempo, la comunicación ha dejado de ser un proceso unidireccional para convertirse en algo mucho más colaborativo y dinámico. Las personas ya no solo leen o escuchan noticias, también las responden, opinan y comparten. Tener una planificación comunicativa no solo mejora la forma en que se transmite un mensaje, sino que también ordena el camino hacia los objetivos.

2.2.8. Interacción social

La evolución de los entornos digitales ha dado paso a experiencias inmersivas que transforman la manera de relacionarse. El entorno virtual actual brinda oportunidades emergentes para lograr establecer vínculos humanos sin necesidad de mantener un contacto directo, de esta manera se crea la sensación de cercanía e incluso permite generar experiencias que queda con la mente de la audiencia.

Según (Mogrovejo y otros, 2024) Anteriormente, las conexiones necesitaban del contacto y ahora pueden surgir por espacios virtuales, superando las limitaciones físicas y abriendo camino a oportunidades únicas para la comunicación (p.155). Integrar las redes sociales a la planificación de contenidos de los medios tradicionales da lugar a formas para innovar la interacción que permite a las personas ver el mundo desde diferentes perspectivas, enriqueciendo los espacios de diálogos y fortaleciendo la participación activa.

Integrar redes sociales a los contenidos de los medios tradicionales da lugar a formas innovadores de interacción que permiten la interacción colectiva y ver el mundo desde diferentes perspectivas, enriqueciendo los espacios de diálogos y fortaleciendo la participación activa.

2.2.9. Diversificación de contenidos.

La evolución de la tecnología, han impulsado a las empresas audiovisuales a mejorar sus estrategias de programación. La diversificación de contenidos es una de las respuestas más efectivas para dicha mejora, la cual permite adaptar los productos existentes a nuevas plataformas y formatos digitales, fortaleciendo su alcance.

Como lo establece (Montoya, 2012) el contener una diversidad de contenidos adaptados al formato audiovisual, permite dar una mejor imagen a los medios que buscan desarrollar su material informativo tradicional a lo moderno (p.54). La variedad del contenido significa no solo ampliar la programación sino también integrar contenidos previamente desarrollados con nuevas herramientas digitales y permitiendo a las empresas llegar a más personas e innovar en la forma de compartir sus productos, adaptándose mejor a lo que busca el público en la actualidad.

La integración de una diversidad de contenidos en formato audiovisual no solo mejora la imagen de los medios tradicionales, sino que también facilita su modernización. Esta ampliación y adaptación de la programación, al incorporar nuevas herramientas digitales, permite a las empresas llegar a un público más amplio e innovar en la forma de compartir sus productos, respondiendo eficazmente a las expectativas y demandas actuales de la audiencia.

2.2.10. Frecuencia de publicación

Con el surgimiento del internet, la manera en la que interactuamos y nos comunicamos ha tenido cambios radicales, es así como también las plataformas digitales han dado lugar a nuevas estructuras comunicativas que ya no responden a los modelos tradicionales. La frecuencia con la que se publica contenido se ha vuelto clave para entender cómo se desarrollan los medios al querer pertenecer y hacerse un espacio en el ámbito digital respondiendo a lo que su audiencia requiera.

Según (Almeida y otros, 2023) las formas de comunicación varían y la actividad de los medios dentro de las redes sociales debe ser parte de su planificación comunicacional (p.996). En consecuencia, la frecuencia de publicación no solo marca el ritmo de la comunicación digital, sin que recién refleja la adaptación de los medios a las dinámicas del entorno en línea y comprender esto, permite analizar con mayor profundidad como se construyen las relaciones entre emisores y la audiencia en la actualidad.

2.3. Marco Legal

A continuación, se presentan las normativas legales que rigen el funcionamiento del sector comunicacional. En el contexto de una investigación relacionada a la mediamorfosis y la integración de las redes sociales, el marco legal se vuelve un elemento esencial. Este comprende el análisis de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, Constitución de la República del Ecuador y La Ley Orgánica de Comunicación, instrumentos jurídicos que garantizan los derechos a la libertad de expresión, el acceso a la información y la participación ciudadana en los medios.

2.3.1. Declaración universal de los derechos humanos (1948)

Art. 19.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

2.3.2. Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión (2000)

Principio 1. La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática.

Principio 2. Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente en los términos que estipula el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.

Principio 12. Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios

democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos.

2.3.3. Constitución de la república del Ecuador (2008)

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioelétrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbrica.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioelétrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y

comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Sección séptima

Comunicación social

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

2.3.4. Ley orgánica de comunicación (2013)

TITULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

TITULO II

Principios y derechos

CAPÍTULO I

Principios

Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la comunicación democrática, mediante el ejercicio de los derechos de comunicación y libertad de expresión, el acceso equitativo a la propiedad de los medios de comunicación, creación de medios de comunicación, generación de espacios de participación y al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los medios de radio y televisión abierta y por suscripción.

CAPÍTULO II

Derechos a la comunicación

SECCIÓN III

Derechos de los comunicadores

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.- Las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución los instrumentos internacionales de derechos humanos y esta Ley.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de los pueblos y nacionalidades y en medios comunitarios, no estarán a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

SECCIÓN IV

Transparencia de los medios de comunicación social

Art. 91.3.- Fundamentos de la autorregulación. Los fundamentos de la autorregulación son los siguientes:

- a) Defiende el derecho universal a la comunicación, en beneficio de todos los ciudadanos;
- b) Promueve y protege la libertad editorial;
- c) Promueve la calidad de la información;
- d) Establece un vínculo entre profesionales y ciudadanía sobre bases de confianza;
- e) Propicia el involucramiento de la ciudadanía como parte fundamental de la autorregulación;
- f) Fomenta la responsabilidad social de los medios; y,
- g) Respeto los derechos humanos de los trabajadores de la comunicación.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

Es de gran importancia elegir de qué manera se va a abordar el estudio para obtener los resultados que se desean y comprender a profundidad el fenómeno. En este trabajo de investigación se va a emplear el enfoque mixto, en donde se analizarán ambas variables desde diferentes puntos de vista. Al combinar el enfoque cualitativo y cuantitativo, se logra comprender de qué manera se está dando la transformación de La Voz de la Península y su alcance en redes sociales.

Según (Faneite, 2023) el enfoque mixto es aquel que fusiona al método cualitativo y cuantitativo, iniciando con la recopilación de datos estadísticos para después profundizar la información de forma subjetiva y descriptiva (p.85). El empleo del enfoque mixto en esta investigación permitirá entender a profundidad el fenómeno estudiado. La integración de datos cuantitativos y cualitativos, permiten una perspectiva amplia del objeto de estudio, aumentando su validez y profundidad de los resultados.

El enfoque cualitativo, aplicado a través de entrevistas, servirá para explorar el proceso de mediamorfosis vivido por La Voz de la Península en su integración a las redes sociales y para conocer la percepción de sus seguidores ante su transición, así mismo la ficha de observación aplicada mediante la matriz de categorización. Por su parte, los datos cuantitativos, recolectados mediante encuestas aplicadas a habitantes del cantón Santa Elena, permitirán medir el conocimiento, uso e interacción que tienen con la emisora en sus redes sociales.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Investigación descriptiva

En este estudio se empleará el método de investigación descriptiva, diseñado para explicar una realidad específica en sus detalles relevantes. Este método facilita el análisis, la descripción de las propiedades y comportamientos sin alterar ninguna variable. Se utiliza este tipo de investigación con el fin de comprender la transformación digital de la emisora y su incorporación hacia lo digital como parte de su estrategia comunicativa.

Tal como establece (Alban & Arguello, 2020) la investigación descriptiva se utiliza cuando se desea estudiar una realidad específica, identificando y explicando sus componentes

principales, con el propósito de comprender su estructura, características y funcionamiento (p.165). Este trabajo tiene como objetivo identificar y determinar con precisión el proceso de mediamorfosis que ha vivido La Voz de la Península con la aparición de herramientas tecnológicas y de qué forma se ha integrado en las redes sociales. A través de los datos obtenidos, se podrá tener una visión clara del papel actual de la emisora en el entorno actual de comunicación.

3.3. Diseño de investigación

En este trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental, que se basa en un análisis de los hechos tal como ocurren en el entorno original, sin intervenciones del investigador. Este tipo de estudio es útil para estudiar los procesos sociales y comunicacionales, como ocurre con la evolución digital de los medios tradicionales. Para ello, se utilizan instrumentos sistemáticos que permiten recolectar información de manera estructurada respetando las condiciones naturales del fenómeno.

Según lo mencionado por (Labarca & Gómez, 2023) el diseño de investigación no experimental se basa en estudiar fenómenos sin intervenir en sus variables, utilizando técnicas estructuradas como encuestas, escalas y cuestionarios (p.212). La elección de un enfoque no experimental en este estudio se justifica por la intención de estudiar la mediamorfosis y el uso de las redes sociales tal como se presentan, sin manipulación alguna.

3.4. Alcance de investigación

Definir el alcance de investigación implica determinar cuán profundo se analiza un fenómeno y se define el tipo de resultados que se quieren obtener. Cuando el objeto de estudio ha sido poco explorado o carece de antecedentes en un contexto específico, se recurre a realizar un análisis preliminar que permita comprender sus características básicas. A medida que se avanza el proceso de investigación y se tiene acceso a los datos, se puede aplicar el enfoque descriptivo.

Como lo menciona (Galarza, 2020) el alcance de investigación inicia con la exploración hasta llegar a la explicación del fenómeno, entendiendo que resolver problemas humanos exige un proceso de indagación constante (p.4). Es importante establecer el alcance de la investigación, no solo como un paso técnico, sino como una elección basada en el nivel de conocimiento que se tiene sobre el cambio en La Voz de La Península y su presencia en redes

sociales. El alcance y el análisis descriptivo ayudará a identificar los rasgos con mayor relevancia, las transformaciones y el impacto en el proceso comunicacional que ha atravesado la emisora en su adaptación al entorno digital.

3.5. Operacionalización de las variables

VARIABLE (S)	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	TÉCNICA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN
Variable 1: La mediamorfosis	(Abdul, 2020) Afirma que la mediamorfosis es un proceso de transformación que experimentan medios tradicionales como la radio y la televisión debido a la aparición de nuevos canales digitales de difusión (p.110)	D1: Adaptación tecnológica. D2: Producción digital. D3: Convergencia mediática. D4: Expansión de alcance. D5: Alfabetización digital.	I1: Implementación de nuevas plataformas digitales. I2: Adaptación de los contenidos para las redes sociales. I3: Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales. I4: Diversidad de audiencia. I5: Dominio de herramientas digitales.	1.- ¿De qué manera la incorporación de nuevas plataformas digitales ha influido en la programación de La Voz de la Península? 2.- ¿En su migración al medio digital, cómo ha gestionado La Voz de la Península la adaptación de sus contenidos para el formato y dinámicas de las redes sociales? 3.- ¿Qué ventajas o desventajas identifica en la estrategia de combinar medios tradicionales y digitales para la difusión de contenidos de La Voz de la Península? 4.- ¿En qué medida considera que la digitalización ha contribuido a la incorporación de nuevas audiencias que antes estaban fuera del alcance de la emisora? 5.- ¿Qué desafíos ha enfrentado La voz de la Península en su manejo de redes sociales, transmisiones en vivo o edición digital?	Encuesta Entrevista Observación

<p>Variable 2: La integración en las redes sociales</p>	<p>(González E. , 2024) Menciona que la integración en las redes sociales se entiende como la convergencia de elementos tecnológicos, narrativos y comunicacionales que transforman la manera en que se produce y consume los contenidos (p.6976).</p>	<p>D1: Contenido digital. D2: Estrategia comunicacional D3: Interacción social. D4: Diversificación de contenidos. D5: Frecuencia de publicación</p>	<p>I1: Formatos en videos, imágenes y transmisiones. I2: Planificación y campañas en redes sociales. I3: El número de reacciones, compartidos y comentarios. I4: Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia. I5: Promedio de publicaciones diarias.</p>	<p>1.- ¿Qué tipos de formatos de contenido utiliza La Voz de la Península en sus redes sociales para fortalecer su presencia digital? 2.- ¿La Voz de la Península cuenta con una planificación o estrategia definida para la gestión y publicación de contenidos en sus redes sociales? 3.- ¿Considera que los comentarios, compartidos y reacciones de los seguidores a su contenido, reflejan el verdadero impacto del medio en redes sociales? 4.- ¿Cómo ha contribuido la diversificación de los programas de La Voz de la Península a captar la atención de audiencias con distintos intereses en redes sociales? 5.- ¿De qué manera gestiona La voz de la península la frecuencia de publicaciones en redes sociales y como se asegura de mantener ese ritmo?</p>	<p>Encuesta Entrevista Observación</p>
---	--	--	---	---	--

3.6. Población, muestra y periodo de estudio

3.6.1. Población

Es fundamental que en una investigación se determine con claridad la población que se va a estudiar, denominada como un conjunto de individuos y objetos que comparten características relacionadas con el fenómeno que se pretende analizar, es así como este grupo se convierte en la base para poder aplicar los instrumentos de recolección de datos y extraer la información requerida para alcanzar los objetivos planteados.

Como lo afirman (Zúñiga y otros, 2023) la población es considerada como el conjunto total de sujetos u objetos que poseen cualidades en común y que mantienen relación con el fenómeno de investigación (p.9746). La población representa una pieza clave que garantiza resultados sólidos y relevantes para el análisis y determinación de resultados que se ajusten al entorno que se quiere estudiar. Delimitar correctamente la población permite definir con mayor precisión la muestra, establecer criterios de inclusión y exclusión, y asegurar que los datos recolectados respondan directamente a los objetivos planteados en el estudio. La población total del cantón Santa Elena son 186,687 habitantes y la audiencia estimada corresponde en 11,577 oyentes del medio La Voz de la Península.

3.6.2. Muestra

En una investigación, la muestra corresponde a una fracción de la población accesible. Cuando esta selección se realiza correctamente, es posible obtener resultados confiables y aplicables al total del grupo. Es importante que la muestra sea representativa, es decir, que tenga características similares al resto de la población. Así, se fortalece el análisis de la realidad estudiada y favorece la formulación de decisiones fundamentadas en resultados sólidos y metodológicamente justificados.

De acuerdo con (Otzen & Manterola, 2017), una muestra garantiza que los resultados obtenidos puedan ser generalizados a la población accesible mediante el proceso de extrapolación (p.227). Por lo tanto, para obtener la muestra se optó por aplicar el muestreo no probabilístico por conveniencia, dando como resultado un total de 225 ciudadanos del cantón Santa Elena. Este tipo de muestreo se eligió debido a la facilidad de acceso a los participantes, considerando criterios como la disponibilidad, cercanía geográfica y disposición para colaborar

con el estudio. Si bien no garantiza una representación estadística rigurosa, permite recopilar datos relevantes en contextos donde el acceso a una muestra aleatoria resulta limitado.

3.6.3. Tipo de muestreo

El muestreo es considerado una herramienta fundamental dentro de una investigación, permite la obtención de información representativa de una población sin tener que estudiarla en su totalidad. En este contexto, el muestreo no probabilístico se presenta como una alternativa eficaz y práctica. Este método se basa en seleccionar a los participantes según los criterios específicos, entre ellos la accesibilidad, conveniencia o juicio del investigador.

Según lo indicado por (Parra & Vásquez, 2017) el muestreo no probabilístico representa una opción útil para el investigador, quien elige a los participantes con base en criterios previamente establecidos, sin que intervenga al azar (p.9). El muestreo no probabilístico facilita el acercamiento a experiencias, necesidades y perspectivas de los ciudadanos del cantón Santa Elena, permitiendo que la investigación sea pertinente y ajustada a los resultados que se desean obtener.

En esta investigación, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, se utiliza cuando el investigador elige a los participantes con base a su cercanía geográfica o facilidad para ser estudiados y permite aproximarse de manera práctica a la realidad de la población local. Esta técnica es útil y necesaria especialmente cuando existen limitaciones de tiempo, recursos o acceso a una base de datos completa.

Así mismo (Parra & Vásquez, 2017) afirman que el muestreo no probabilístico por conveniencia es un método práctico donde se escogen a sujetos accesibles, considerando su disponibilidad y disposición para participar (p.10). El uso del muestro por conveniencia se justifica en investigaciones donde se requiere recolectar información de manera rápida y directa. En este estudio, se toma como muestra a 225 ciudadanos del cantón Santa Elena, quienes fueron seleccionados por su accesibilidad y disposición para participar en este proyecto.

3.6.4. Periodo de estudio

El periodo de estudio de la presente investigación, inició en el mes de marzo y finalizó en el mes de mayo del 2025, durante este tiempo se diseñaron y aplicaron instrumentos que

ayudaron a la recolección de datos, se emplearon entrevistas, encuestas empleando la escala de Likert y matriz de categorización. Implementar estas herramientas fue de gran ayuda para recopilar datos significativos para comprender el proceso de mediamorfosis y la integración en las redes sociales de la emisora radial La Voz de la Península.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

En este estudio se aplicaron tres técnicas para la recopilación de información entre ellas la encuesta, entrevista y observación. Cada una de ellas cuenta con su respectivo instrumento como el cuestionario con escala de Likert para encuestas, guía de preguntas para las entrevistas y la matriz de categorización para la respectiva observación.

3.7.1. Encuesta

En las investigaciones descriptivas, una de las técnicas para recolectar información directa sobre ideas y opiniones de una población, es la encuesta. Aplicarla resulta ideal para comprender los comportamientos de un fenómeno social, comunicacional o cultural. La encuesta tiene una estructura bien organizada, facilita reunir datos precisos y a dar un nivel mayor de respaldo al estudio.

Según lo mencionado por (Torres y otros, 2019) la encuesta como un método para describir y conocer aspectos como gustos, necesidades, ideas, comportamientos y otros aspectos (p.4). En este estudio fue elaborada teniendo en cuenta a los habitantes del cantón Santa Elena, buscando su opinión sobre el medio La Voz de la Península y su migración a las redes sociales. Gracias a esta técnica se podrá recopilar datos concretos sobre los hábitos de consumo e interacción de la audiencia con la emisora y se logra un diagnóstico claro del proceso de transformación digital y su vínculo con la realidad de la comunidad.

La escala de Likert es un recurso usado en estudios que buscan evaluar actitudes, pensamientos o niveles de acuerdo. Por lo general, la escala de Likert incluye diversas afirmaciones ante las cuales los participantes deben responder entre respuestas ya definidas, que van desde “Muy en desacuerdo” hasta “Muy en acuerdo”. A cada una de estas opciones se le asigna un número representativo para medir la intensidad de la opinión. Esto hace posible convertir las opiniones en datos que se pueden comparar y analizar de manera cuantitativa.

Así mismo (Torres & Ponce, 2021) explican que una de las particularidades de la escala de Likert es que cada uno de sus ítems presentan opciones de respuesta uniforme para todas las afirmaciones y cada alternativa tienen un valor o peso equivalente (p.377). Por ello, se empleó la escala de Likert en la elaboración del cuestionario dirigido a los ciudadanos del cantón Santa Elena, con el objetivo de conocer sus opiniones sobre el proceso de mediamorfosis y su actividad dentro de las redes sociales. Al asignar valores numéricos a respuestas subjetivas, se logra obtener información clara y precisa, lo que fortalece la interpretación de los resultados desde la mirada del público.

3.7.2. Entrevista

La técnica de la entrevista es una técnica cualitativa basada en la interacción directa con los participantes para poder conocer sus opiniones, experiencias y valoraciones referente a un tema en específico. Se aplica a través de una serie de preguntas que van orientadas a los objetivos de la investigación, hace posible reconocer los orígenes, consecuencias y probables soluciones al problema. Su complejidad y flexibilidad la hace una herramienta ideal para entender una realidad desde diferentes perspectivas.

Como lo mencionan (Avila y otros, 2020) la entrevista es una técnica de comunicación interpersonal con uno o varios sujetos, cuyo propósito es recopilar opiniones o juicios sobre las causas, consecuencias y posibles consecuencias ante un fenómeno, guiados por una serie de preguntas (p.72). Realizar entrevistas en este trabajo de investigación forma parte esencial para recopilar testimonios de quienes han vivido de cerca la transformación de La Voz de la Península. Se conversará con el director del medio para conocer las decisiones tomadas ante el cambio tecnológico, un especialista en comunicación que pueda aportar una mirada técnica del proceso y un seguidor habitual que exprese su experiencia como usuario.

3.7.3. Observación

La técnica de observación consiste en registrar lo que sucede en tiempo real, lo que ayuda a obtener datos confiables y cercanos a la realidad. Es útil en contextos donde se desea revisar cómo se relacionan las audiencias, de qué manera se transmite la información y cómo fluye la comunicación. Aplicar la ficha de observación, se puede gestionar mejor la información recopilada y permite tener una imagen clara y ordenada de lo que está manifestándose en el objeto de estudio.

De acuerdo con lo mencionado por (Piza y otros, 2019) el método de observación permite comprender los comportamientos en el momento que se manifiestan, haciendo posible documentarlos con mayor exactitud, minimizando la probabilidad de errores en la recolección de datos (p.457). La implementación de esta herramienta permitió analizar el funcionamiento digital de La Voz de la Península a través de su página oficial en Facebook. Su correcta aplicación facilitó la interpretación de las interacciones y la valoración del impacto que tiene la emisora en los medios digitales. Es importante señalar que la matriz de categorización se aplicó una vez finalizado el periodo de observación de 10 días, comprendido entre el 21 y el 31 de mayo, lo que permitió registrar de manera precisa las interacciones generadas por los contenidos publicados durante ese lapso de tiempo.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis Cuantitativo: Encuesta

Análisis de los resultados obtenidos de la encuesta realizada en Google Forms a 225 ciudadanos del cantón Santa Elena, respecto a “La mediamorfosis y la integración en redes sociales en La Voz de La Península en el cantón Santa Elena”.

Tabla 1

Edad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
18–25 años	116	52%
26–45 años	77	34 %
46–55 años	32	14%
Total	225	100%

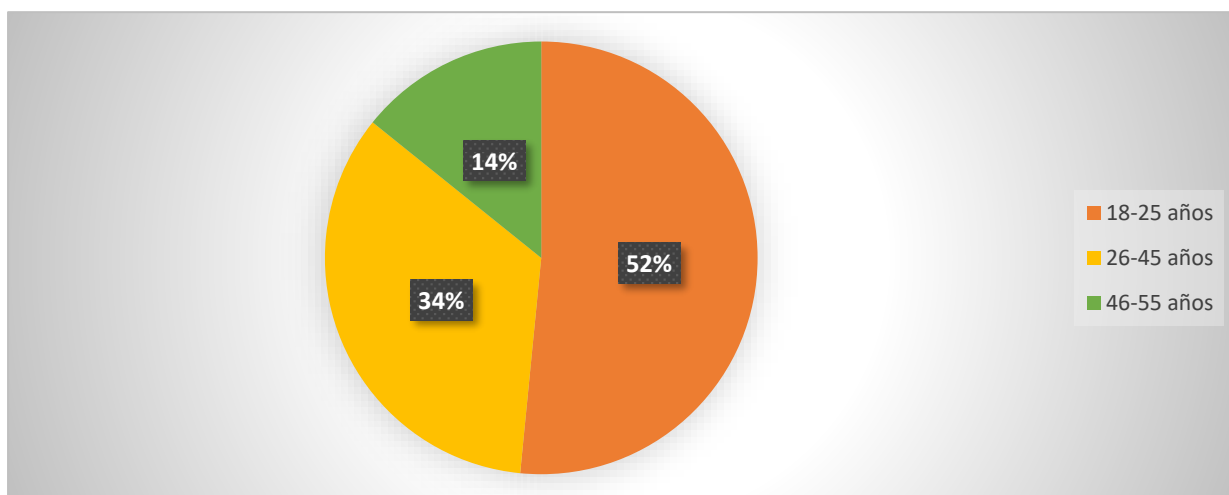
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 1

Edad



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

La gran mayoría de los ciudadanos encuestados del cantón Santa Elena tienen entre 18 y 25 años, representando el 52% del total. Luego, un 34 % tienen entre 26 y 45 años, y el 14% se encuentran entre los 46 y 55 años. Estos resultados muestran que la mayor parte de los participantes son jóvenes adultos. Probablemente este grupo esté más familiarizado con el uso de redes sociales y medios digitales.

Tabla 2

La Voz de la Península ha logrado adaptarse al uso de las plataformas digitales

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	11	5%
En desacuerdo	10	4%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	44	20%
De acuerdo	114	51%
Muy de acuerdo	46	20%
Total	225	100%

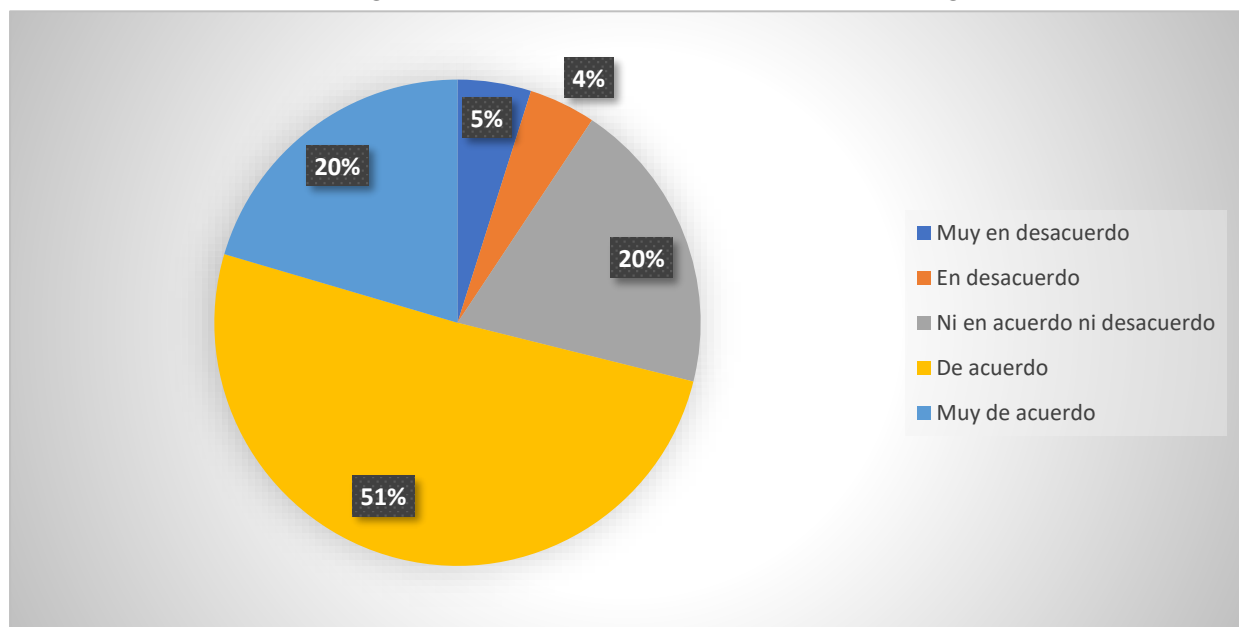
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 2

La Voz de la Península ha logrado adaptarse al uso de las plataformas digitales



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Una amplia parte de los encuestados, específicamente el 51% está “De acuerdo”, el 20% “Muy de acuerdo” en que La Voz de la Península ha logrado en adaptarse al uso de las plataformas digitales. Por otro lado, el 4% está “En desacuerdo” y el 5% “Muy en desacuerdo”, mientras que el 20% “Ni en acuerdo ni desacuerdo”. Estos resultados reflejan una percepción favorable en cuanto a la transformación tecnológica.

Tabla 3

Los contenidos compartidos por La Voz de la Península se presentan en formatos adecuados para redes sociales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	9	4%
En desacuerdo	9	4%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	47	21%
De acuerdo	118	52%
Muy de acuerdo	42	19%
Total	225	100%

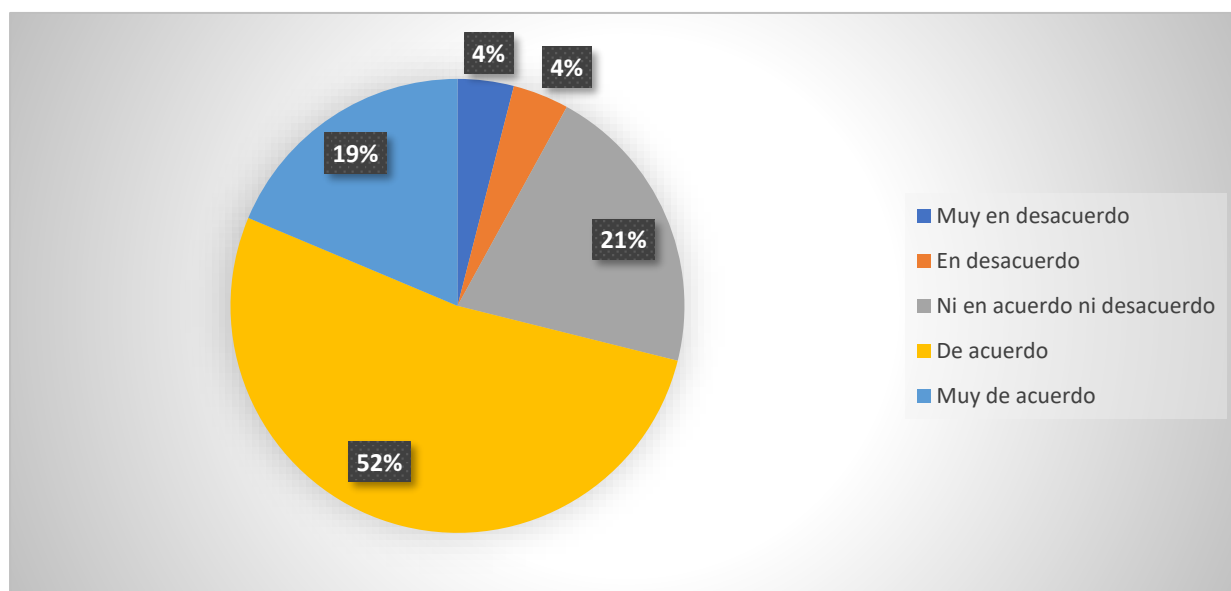
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 3

Los contenidos compartidos por La Voz de la Península se presentan en formatos adecuados para redes sociales.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Según los resultados, el 52% de los ciudadanos está “De acuerdo” y un 19% “Muy de acuerdo” en que los contenidos compartidos por La Voz de la Península se presentan en formatos adecuados para redes sociales. Por otra parte, el 21% “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, mientras que el 4% están “En desacuerdo” como el 4% “Muy en desacuerdo”, sumando un 8% de respuestas negativas. En general, la percepción es favorable respecto a la adaptación de los formatos.

Tabla 4

Consume el contenido de La Voz de la Península a través de la radio tradicional, como de sus redes sociales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	14	6%
En desacuerdo	26	12%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	52	23%
De acuerdo	103	46%
Muy de acuerdo	30	13%
Total	225	100%

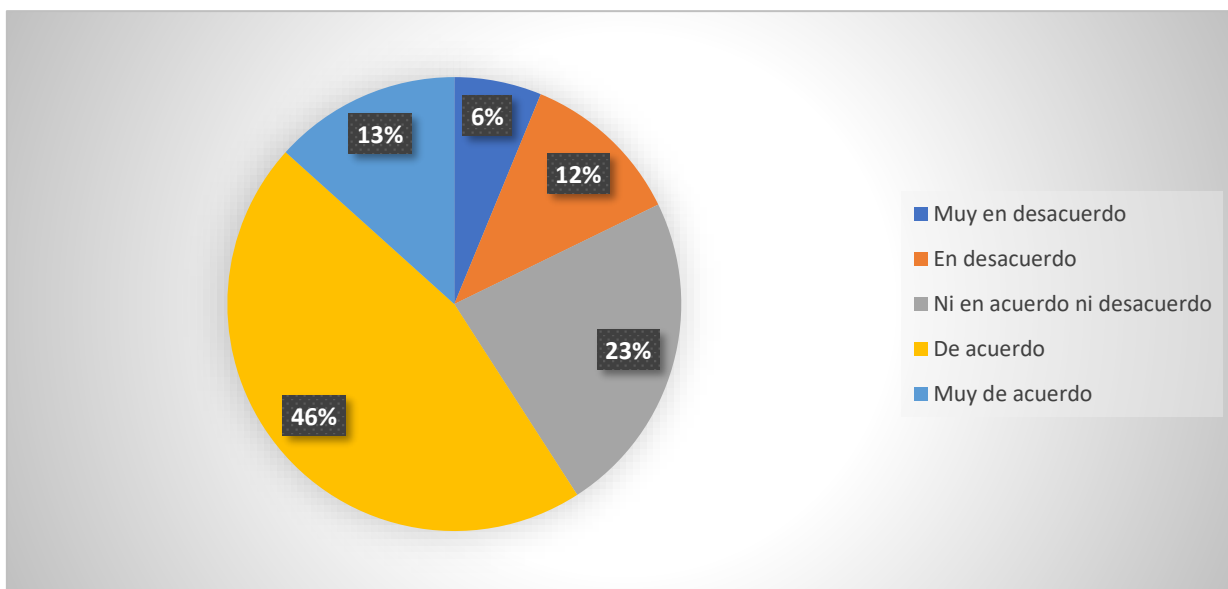
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 4

Consume el contenido de La Voz de la Península a través de la radio tradicional, como de sus redes sociales.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Los resultados reflejan que el 46% indicó estar “De acuerdo” y un 13% “Muy de acuerdo” al referirse si consumen el contenido de La Voz de la Península por medio de la radio tradicional como por redes sociales. A su vez, un 23% “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, mientras que el 12% está “En desacuerdo” y el 6% “Muy en desacuerdo”. Esto evidencia la coexistencia de ambos formatos en la vida cotidiana de los ciudadanos.

Tabla 5

El uso de redes sociales ha contribuido a que La Voz de la Península sea más visible para el público

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	9	4%
En desacuerdo	8	3%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	26	12%
De acuerdo	120	53%
Muy de acuerdo	62	28%
Total	225	100%

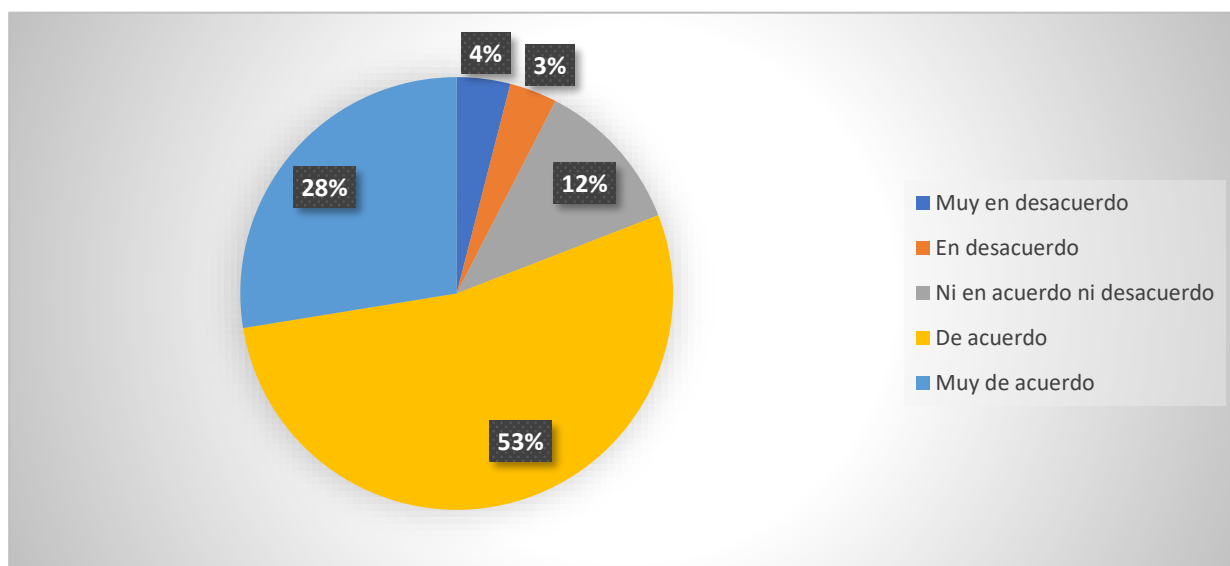
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 5

El uso de redes sociales ha contribuido a que La Voz de la Península sea más visible para el público



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Entre los ciudadanos encuestados, el 53% está “De acuerdo” y el 28% “Muy de acuerdo” en que el uso de redes sociales ha aumentado la visibilidad de la Voz de la Península. Mientras que, un 12 % “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, el 4 % “Muy en desacuerdo” y el 3% “En desacuerdo”. El nivel de desacuerdo es mínimo, demostrando que las redes sociales han sido una pieza clave para acercarse a la audiencia digital.

Tabla 6

Se percibe un adecuado manejo de las plataformas digitales en el contenido que publica La Voz de la Península.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	2%
En desacuerdo	15	7%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	44	20%
De acuerdo	124	55%
Muy de acuerdo	37	16%
Total	225	100%

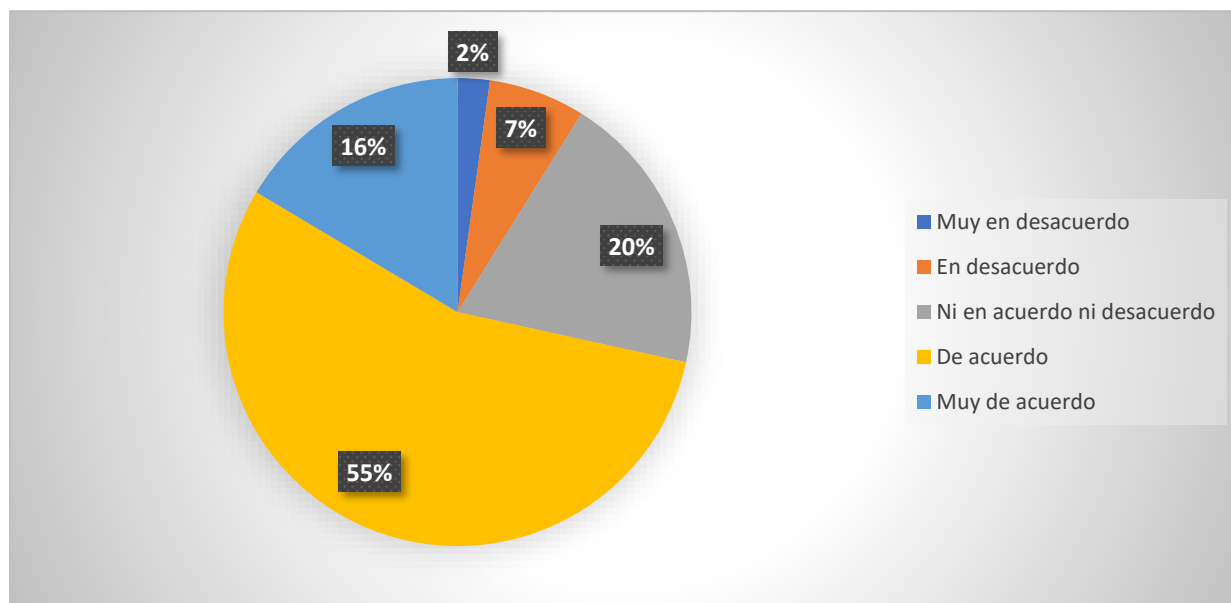
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 6

Se percibe un adecuado manejo de las plataformas digitales en el contenido que publica La Voz de la Península.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

En cuanto al manejo del contenido que publica La Voz de La Península, el 55% indicó estar “De acuerdo” y el 16% “Muy de acuerdo, lo que representa un porcentaje algo de aprobación. Sin embargo, el 20% “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, mientras que un 7% “En desacuerdo” y el 2% “Muy en desacuerdo”. Esto sugiere que la emisora gestiona adecuadamente sus contenidos digitales en redes sociales.

Tabla 7

Los contenidos digitales de La Voz de la Península han llamado su atención.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	9	4%
En desacuerdo	14	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	47	21%
De acuerdo	115	51%
Muy de acuerdo	40	18%
Total	225	100%

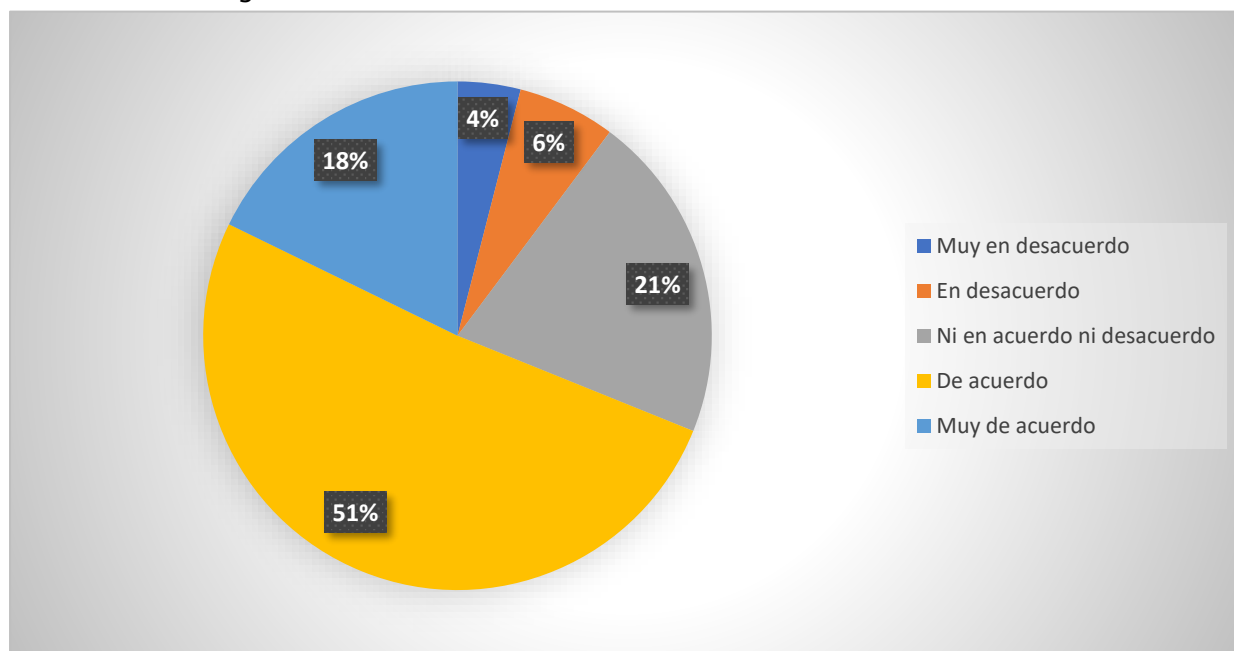
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 7

Los contenidos digitales de La Voz de la Península han llamado su atención.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Los contenidos digitales que comparte La Voz de la Península han logrado captar la atención del 51% de ciudadanos que indicaron estar “De acuerdo” y del 18% que está “Muy de acuerdo”. Por otro lado, el 21% se mostró en estar “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, mientras que el 6% respondió “En desacuerdo” y un 4% “Muy en desacuerdo”. La emisora ha logrado atraer a una mayoría clara de ciudadanos del cantón Santa Elena, por medio del contenido que comparten.

Tabla 8

Se evidencia una adecuada planificación en la manera en que La Voz de la Península gestiona sus redes sociales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	7	3%
En desacuerdo	15	7%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	50	22%
De acuerdo	119	53%
Muy de acuerdo	34	15%
Total	225	100%

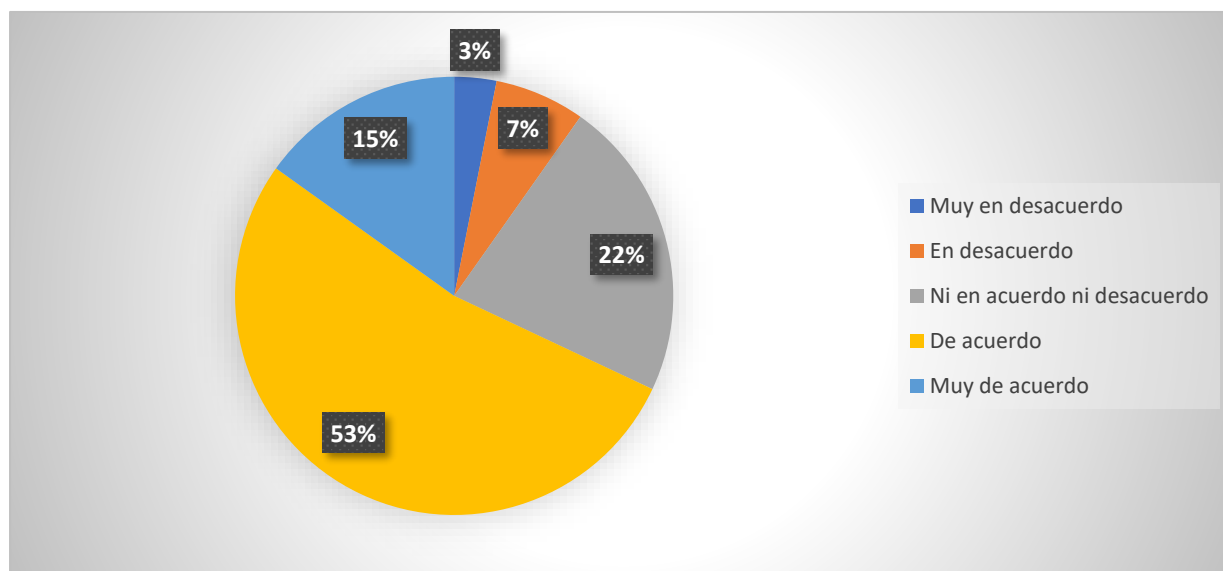
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 8

Se evidencia una adecuada planificación en la manera en que La Voz de la Península gestiona sus redes sociales.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Desde la percepción de los ciudadanos del cantón Santa Elena, un 53% está “De acuerdo” y un 15% “Muy de acuerdo” en que existe una adecuada planificación en la gestión de redes sociales de La Voz de la Península. No obstante, el 22% “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, un 7% “En desacuerdo” y el 3% “Muy en desacuerdo”. Los resultados muestran que la gestión de la emisora está bien valorada.

Tabla 9

Ha interactuado con los contenidos que comparte La Voz de la Península en sus redes sociales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	20	9%
En desacuerdo	30	13%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	50	22%
De acuerdo	96	43%
Muy de acuerdo	29	13%
Total	225	100%

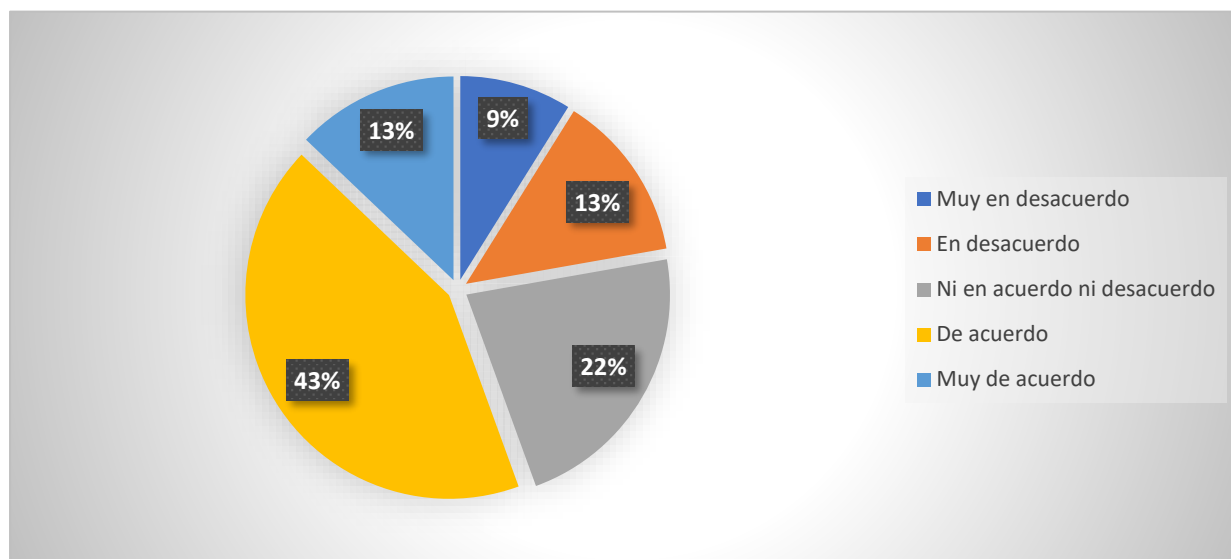
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 9

Ha interactuado con los contenidos que comparte La Voz de la Península en sus redes sociales.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Respecto a la participación en las redes sociales, el 43% expresó estar “De acuerdo” y un 13% “Muy de acuerdo” con haber interactuado con los contenidos de La Voz de la Península. Sin embargo, un 22% indicó estar “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, mientras que el 13% respondió estar “En desacuerdo” y un 9% “Muy en desacuerdo”. A pesar que más de la mitad de encuestados ha interactuado con las publicaciones que comparte la emisora, también hay un sector considerable que no lo hace.

Tabla 10

En la programación de La Voz de la Península ha encontrado programas que resultan relevantes.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	4%
En desacuerdo	13	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	48	21%
De acuerdo	122	54%
Muy de acuerdo	34	15%
Total	225	100%

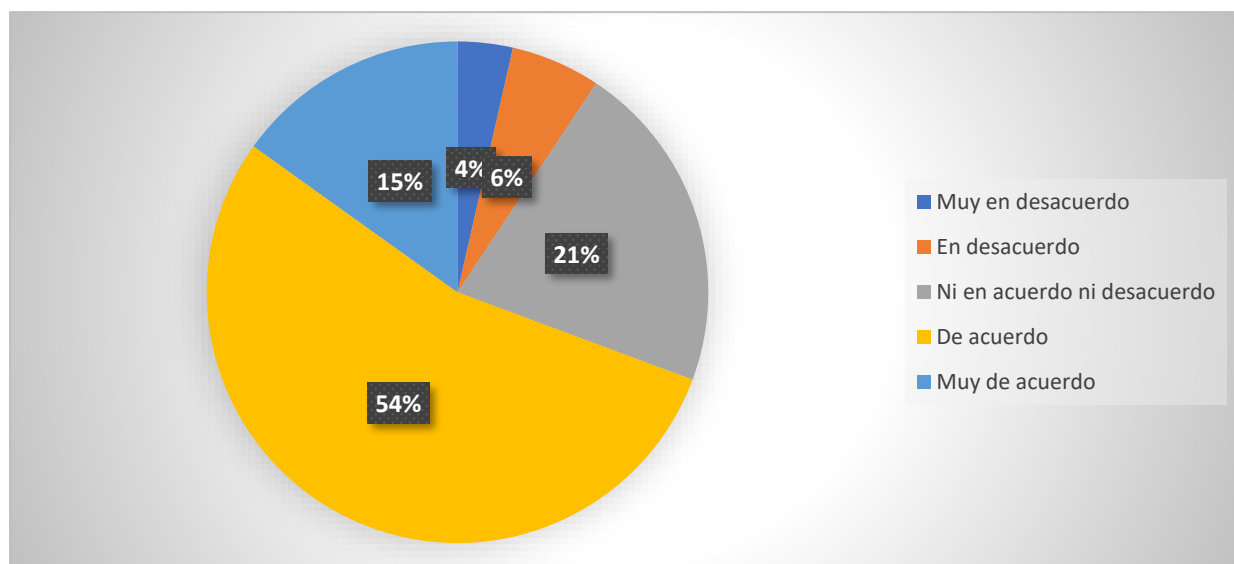
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 10

En la programación de La Voz de la Península ha encontrado programas que resultan relevantes.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Los resultados reflejan que el 54% indicó estar “De acuerdo” y el 15% “Muy de acuerdo” al referirse que encuentra relevantes los programas que transmite La Voz de la Península. Por otro lado, el 21% indicó estar “Ni en acuerdo ni desacuerdo”, mientras que el 6% eligió “En desacuerdo” y el 4 % “Muy en desacuerdo”. Estos datos demuestran que la programación de la emisora logra conectar con las necesidades o gustos de su público.

Tabla 11

Es importante que el medio La Voz de la Península actualice sus redes a diario.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	2%
En desacuerdo	5	2%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	15	7%
De acuerdo	111	49%
Muy de acuerdo	90	40%
Total	225	100%

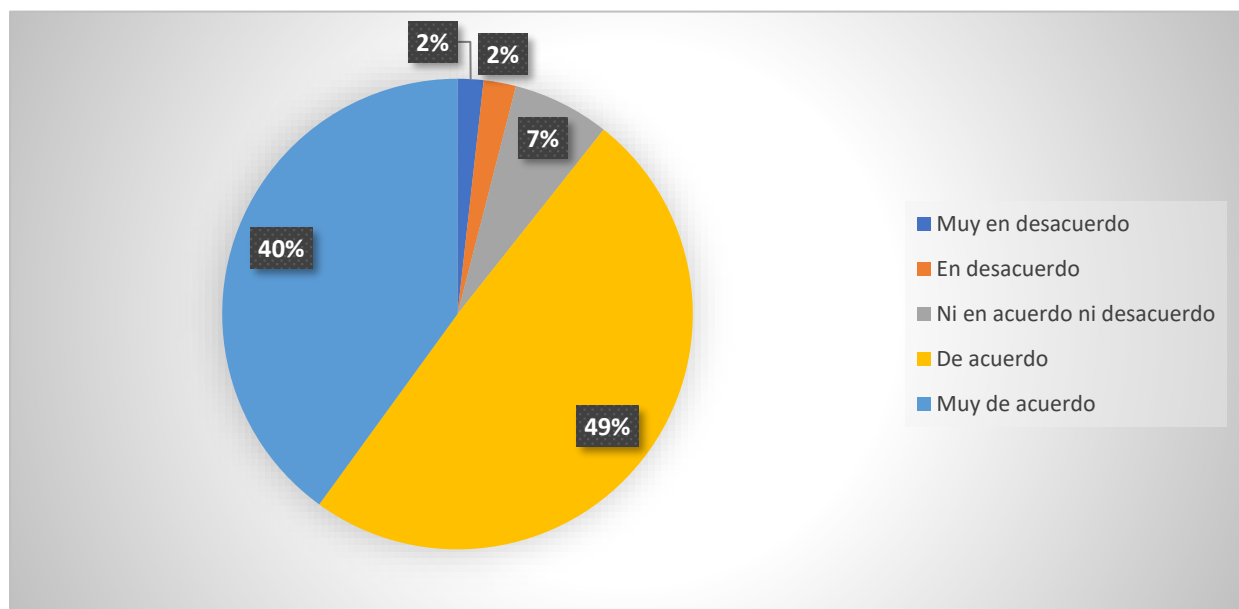
Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Figura 11

Es importante que el medio La Voz de la Península actualice sus redes a diario.



Fuente: Encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

De acuerdo con los resultados, el 49% está "De acuerdo" y el 40% "Muy de acuerdo" en que es importante que La Voz de la Península actualice sus redes sociales todos los días. No obstante, el 7% mostró estar "Ni en acuerdo ni desacuerdo", mientras que el 2% "En desacuerdo" y un 2% "Muy en desacuerdo". La actualización diaria de contenido es vista como una necesidad básica para mantenerse presente en el entorno digital.

4.2. Análisis cualitativo: Entrevista

En el siguiente estudio se realizaron entrevistas a un experto en comunicación, un seguidor de y al director de La Voz de la Península, con el objetivo de recoger información de los testimonios y experiencias sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales del medio en su proceso de mediamorfosis. Este análisis enriquece la investigación al ofrecer diferentes perspectivas desde varios actores vinculados a la emisora.

Tabla 12

Entrevista 1

Apellidos y Nombres		Milton Jimmy Pinoargote Parra	
Cargo		Director de la emisora La Voz de la Península	
Especialidad		Licenciado	
Entrevistador		Penélope Briones	
Fecha		13/06/25	
Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable independiente: La mediamorfosis	¿De qué manera la incorporación de nuevas plataformas digitales ha influido en la programación de La Voz de la Península?	La adaptación tecnológica se ha centrado en el aspecto técnico con la incorporación de herramientas como cámaras, micrófonos inalámbricos e iluminación. Mantiene el formato original de radio, sin modificar en gran escala el contenido para redes.	Desde su experiencia da un criterio sobre darle importancia a no alterar su formato original.
	¿Cómo ha gestionado La Voz de la Península la adaptación de sus contenidos para el formato y dinámicas de las redes sociales, en la migración al medio digital?	La producción digital va enfocado a mejorar la parte visual sin modificar el contenido que se está compartiendo. Se han realizado ajustes técnicos como el uso de micrófonos, luces y cámaras adecuados al entorno digital.	Explica de manera concisa el manejo de las nuevas herramientas.
	¿Qué ventajas o desventajas identifica en la estrategia de	Combinar medios tradicionales y digitales amplían los canales de difusión, permitiendo las	Plantea con criterio la necesidad de segmentar las audiencias y demuestra conocimiento

	combinar medios tradicionales y digitales para la difusión de contenidos de La Voz de la Península?	transmisiones multiplataforma y la accesibilidad desde cualquier parte del mundo. Sin embargo, existen plataformas que presentan menor penetración que Facebook, esto implica la segmentación de públicos y la constante adaptación a los patrones de consumo.	de plataformas con menor alcance.
	¿En qué medida considera que la digitalización ha contribuido a la incorporación de nuevas audiencias que antes estaban fuera del alcance de la emisora?	La digitalización ha logrado que la emisora llegue a nuevas audiencias, especialmente a jóvenes, aunque el contenido sea principalmente orientado a un público adulto mayor, consolidando una presencia virtual sin perder la verdadera esencia de la radio.	Desde su experiencia destaca que las redes ayudan a atraer público joven.
	¿Qué desafíos ha enfrentado La voz de la Península en su manejo de redes sociales, transmisiones en vivo o edición digital?	La transición hacia la producción digital implica aprender el manejo de cámaras, programas de edición y plataformas de transmisión. Así mismo, la inversión en equipos y programas especializados en garantizar la calidad del audio y video.	Expone la inversión y capacitación, evidenciando su adaptación digital.
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	¿Qué tipos de formatos de contenido utiliza La Voz de la Península en sus redes sociales para fortalecer su presencia digital?	Los contenidos audiovisuales que produce la emisora son compartidos mediante transmisiones en vivo para Facebook y YouTube, mientras utiliza redes como Instagram y TikTok para la promoción de los mismos. Existe un equipo	Criterio sobre la selección de plataformas y su adaptación a los diversos formatos.

		especializado en adaptar los contenidos a los diversos formatos.	
¿La Voz de la Península cuenta con una planificación o estrategia definida para la gestión y publicación de contenidos en sus redes sociales?		La estrategia comunicacional se desarrolla de forma flexible y progresiva, basándose en los objetivos concretos como el aumento de seguidores y el alcance de sus transmisiones. Adapta la planificación según el comportamiento de su audiencia.	Explica a la flexibilidad como una estrategia basada en sus objetivos.
¿Considera que los comentarios, compartidos y reacciones de los seguidores a su contenido, reflejan el verdadero impacto del medio en redes sociales?		La interacción en redes sociales no siempre refleja el impacto real de los contenidos, muchas reacciones pueden estar condicionadas por estímulos externos, como la presencia de figuras públicas en diferentes segmentos de la emisora.	Desde su experiencia da una explicación sobre la importancia de la interacción en vivo por medio de las redes sociales.
¿Cómo ha contribuido la diversificación de los programas de La Voz de la Península a captar la atención de audiencias con distintos intereses en redes sociales?		La diversificación de contenidos tiene como objetivo sostener la atención de públicos varios durante todo el día, su oferta de programas cubre distintas franjas horarias y hábitos de consumo, especialmente mediante la integración del streaming audiovisual.	Evidencia tener conocimiento sobre el medio digital y sobre el contenido informativo que demandan las audiencias.
¿De qué manera gestiona La voz de la península la frecuencia de publicaciones en redes sociales y como se asegura		Como un medio tradicional que migró a las redes sociales, sigue ciertas pautas para organizar sus publicaciones en las plataformas digitales. La planificación se ajusta a los	Resalta mantener una planificación según sus recursos.

	de mantener ese ritmo?	recursos disponibles, queriendo centrarse a una expansión futura que permita segmentar audiencias.	
--	------------------------	--	--

Fuente: Entrevista al Lic. Jimmy Pinoargote

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Tabla 13

Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica - Entrevista 1

Apellidos y Nombres		Milton Jimmy Pinoargote Parra		
Cargo		Director de la emisora La Voz de la Península		
Especialidad		Licenciado		
Entrevistador		Penélope Briones		
Fecha		13/06/25		
Variables	Preguntas	Respuesta	Observación	Análisis teórico
Variable independiente: La mediamorfosis	¿De qué manera la incorporación de nuevas plataformas digitales ha influido en la programación de La Voz de la Península?	La adaptación tecnológica se ha centrado en el aspecto técnico con la incorporación de herramientas como cámaras, micrófonos inalámbricos e iluminación. Mantiene el formato original de radio, sin modificar en gran escala el contenido para redes.	Desde su experiencia da un criterio sobre darle importancia a no alterar su formato original.	(Zurita , 2019) La comunicación evoluciona con rapidez y los medios informativos deben adaptarse a los dinamismos constantes de las audiencias digitales en redes sociales (p.1258).
	¿Cómo ha gestionado La Voz de la Península la adaptación de sus contenidos para el formato y dinámicas de las redes sociales, en la migración al medio digital?	La producción digital va enfocado a mejorar la parte visual sin modificar el contenido que se está compartiendo. Se han realizado ajustes técnicos como el uso de micrófonos, luces y cámaras adecuados al entorno digital.	Explica de manera concisa el manejo de las nuevas herramientas.	(Villar y otros, 2020) La radio necesita encontrar alternativas para poder seguir ofreciendo contenido diverso y representativo de calidad (p.56)
	¿Qué ventajas o desventajas identifica en la estrategia de	Combinar medios tradicionales y digitales amplían los canales de difusión, permitiendo las	Plantea con criterio la necesidad de segmentar las audiencias y demuestra	(Pérez X. , 2018) destaca que las redes sociales y el internet no poseen límites geográficos

	<p>combinar medios tradicionales y digitales para la difusión de contenidos de La Voz de la Península?</p>	<p>transmisiones multiplataforma y la accesibilidad desde cualquier parte del mundo. Sin embargo, existen plataformas que presentan menor penetración que Facebook, esto implica la segmentación de públicos y la constante adaptación a los patrones de consumo.</p>	<p>conocimiento de plataformas con menor alcance.</p>	<p>y el desafío está en poseer diferentes soportes, esto gracias a los procesos de hibridación de los medios (p.60).</p>
	<p>¿En qué medida considera que la digitalización ha contribuido a la incorporación de nuevas audiencias que antes estaban fuera del alcance de la emisora?</p>	<p>La digitalización ha logrado que la emisora llegue a nuevas audiencias, especialmente a jóvenes, aunque el contenido sea principalmente orientado a un público adulto mayor, consolidando una presencia virtual sin perder la verdadera esencia de la radio.</p>	<p>Desde su experiencia destaca que las redes ayudan a atraer público joven.</p>	<p>(González, 2021) menciona que, en la actualidad, las TICs han facilitado el acceso de información por diversos medios, esto trae consigo el surgimiento de nuevos canales de diálogo y participación a través de la señal de internet (p.32).</p>

	¿Qué desafíos ha enfrentado La voz de la Península en su manejo de redes sociales, transmisiones en vivo o edición digital?	La transición hacia la producción digital implica aprender el manejo de cámaras, programas de edición y plataformas de transmisión. Así mismo, la inversión en equipos y programas especializados en garantizar la calidad del audio y video.	Expone la inversión y capacitación, evidenciando su adaptación digital.	(Zurita , 2019) En su migración a los formatos digitales, los medios de comunicación se ven envueltos en el reto continuo de llegar efectivamente a su audiencia, teniendo en cuenta que vivimos en un entorno cambiante debido a los avances tecnológicos (p.1252)
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	¿Qué tipos de formatos de contenido utiliza La Voz de la Península en sus redes sociales para fortalecer su presencia digital?	Los contenidos audiovisuales que produce la emisora son compartidos mediante transmisiones en vivo para Facebook y YouTube, mientras utiliza redes como Instagram y TikTok para la promoción de los mismos. Existe un equipo especializado en adaptar los contenidos a los diversos formatos.	Criterio sobre la selección de plataformas y su adaptación a los diversos formatos.	(Carrasco, 2016) Para ganar visibilidad hay que estar presente de alguna manera en la vida del consumidor, sin importar el medio (p.137)
	¿La Voz de la Península cuenta con una planificación o estrategia definida para la gestión y publicación de contenidos en sus redes sociales?	La estrategia comunicacional se desarrolla de forma flexible y progresiva, basándose en los objetivos concretos como el aumento de seguidores y el alcance de sus transmisiones. Adapta la	Explica a la flexibilidad como una estrategia basada en sus objetivos.	(Balsebre y otros, 2023) La red y sus amplias oportunidades para redefinir la comunicación, permiten determinar las características del medio radial y su manera

		planificación según el comportamiento de su audiencia.		de producir los contenidos (p.19).
	¿Considera que los comentarios, compartidos y reacciones de los seguidores a su contenido, reflejan el verdadero impacto del medio en redes sociales?	La interacción en redes sociales no siempre refleja el impacto real de los contenidos, muchas reacciones pueden estar condicionadas por estímulos externos, como la presencia de figuras públicas en diferentes segmentos de la emisora.	Desde su experiencia da una explicación sobre la importancia de la interacción en vivo por medio de las redes sociales.	(García & Castro, 2018) afirman que las redes sociales se han convertido en una plataforma importante en donde los medios de comunicación logran interactuar con los usuarios, entregar información inmediata y recibir opiniones (p.118).
	¿Cómo ha contribuido la diversificación de los programas de La Voz de la Península a captar la atención de audiencias con distintos intereses en redes sociales?	La diversificación de contenidos tiene como objetivo sostener la atención de públicos varios durante todo el día, su oferta de programas cubre distintas franjas horarias y hábitos de consumo, especialmente mediante la integración del streaming audiovisual.	Evidencia tener conocimiento sobre el medio digital y sobre el contenido informativo que demandan las audiencias.	(Pérez X. , 2018) Los medios deben responder a las necesidades de la audiencia que día a día se vuelve más segmentada, para ello se necesitan mecanismos y recursos que permitan crear esta diversificación de contenidos informativos (p.61)
	¿De qué manera gestiona La voz de la península la frecuencia de publicaciones en	Como un medio tradicional que migró a las redes sociales, sigue ciertas pautas para organizar sus publicaciones en las plataformas	Resalta mantener una planificación según sus recursos.	(García & León, 2021) Es necesario que los medios busquen expandirse a diferentes contextos e interés,

	redes sociales y como se asegura de mantener ese ritmo?	digitales. La planificación se ajusta a los recursos disponibles, queriendo centrarse a una expansión futura que permita segmentar audiencias.		quien no se adapte va a fracasar (p.38).
--	---	--	--	--

Fuente: Entrevista al Lic. Jimmy Pinoargote

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Tabla 14

Entrevista 2

Apellidos y Nombres		Gregory Peter Santamaría Romero	
Cargo		Docente de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena	
Especialidad		Licenciado en comunicación social / Magister	
Entrevistador		Penélope Briones	
Fecha		16/06/25	
VARIABLES	PREGUNTAS	RESPUESTA	OBSERVACIÓN
Variable independiente: La mediamorfosis	¿Cómo interpreta el cambio que ha tenido La Voz de la Península al incorporar plataformas digitales para su transmisión?	En un contexto donde las audiencias migran al entorno virtual, los medios tradicionales deben adaptarse para seguir siendo relevantes y ampliar su alcance. El uso de plataformas digitales representa una evolución necesaria.	Explica con claridad que la adaptación digital es parte de la evolución de los medios.
	¿Qué tan importante considera que es adaptar el contenido radial al lenguaje y formato de redes sociales y hacer presencia en el entorno comunicativo?	Las redes sociales exigen inmediatez, formatos breves y narrativas versátiles que respondan al consumo de información actual. Producir contenidos que estén al margen del lenguaje digital es una pieza clave.	Reconoce las formas de consumo actual y la importancia de saber producir contenidos.
	¿De qué manera la hibridación de formatos tradicionales y digitales ha incidido en los contenidos periodísticos de La Voz de la Península?	La integración de formatos tradicionales y digitales ha transformado la producción y presentación de contenidos. La emisora refleja su impulso hacia una renovación de formatos y procesos comunicativos.	Muestra conocimiento del contexto actual de los medios.
	¿Qué estrategias considera efectivas para que La Voz de la Península logre segmentar y atraer a diversos tipos de	Una estrategia efectiva es estudiar a las audiencias mediante técnicas como la netnografía, lo que permitiría segmentar y diseñar	Explica la importancia de segmentar al público y menciona una herramienta para poder aplicar.

	audiencia en el entorno digital?	contenidos que conecten con su público objetivo.	
	¿Qué papel juega la alfabetización digital en el proceso de adaptación de la emisora radial a redes sociales?	Implica usar con agilidad herramientas que permitirán crear, editar y compartir contenidos de manera eficaz. Ayuda a comprender como interactuar adecuadamente en los entornos digitales y aprovechar así sus dinámicas para conectar con su audiencia.	Valora el dominio técnico para lograr la interacción con las audiencias.
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	¿Qué factores cree que debe tomar en cuenta La Voz de la Península al momento de crear contenido audiovisual para redes sociales?	Los contenidos digitales deben partir del conocimiento profundo de su audiencia. Elementos como el lenguaje visual, narrativa visual y las preferencias del usuario son esenciales para lograr una comunicación efectiva	Comprende la relevancia de conocer al público y usar formatos adecuados.
	¿Qué elementos considera claves en una planificación estratégica para que La Voz de la Península tenga presencia efectiva en sus redes sociales?	Una estrategia comunicacional eficaz debe contemplar la selección adecuada de plataformas, los horarios con mayor presencia de audiencia y la adaptación del formato de sus contenidos al estilo y forma de cada red social.	Propone criterios claros sobre la adaptación de los contenidos, al funcionamiento de las diversas plataformas.
	¿Qué factores cree que motivan a los seguidores de La Voz de la Península a interactuar con los contenidos que publica la emisora?	La credibilidad construida a lo largo del tiempo favorece a la participación activa de los usuarios, quienes replican, comentan e interactúan con el contenido en su medio de confianza.	Relaciona la interacción y participación digital con la confianza.
	¿Considera importante que La Voz de la Península genere contenidos según los intereses	La personalización del contenido según los gustos y necesidades del público fortalece la relación entre emisor y receptor,	Expresa un comentario acertado sobre como un vinculo posiciona al medio de manera digital.

	específicos de su audiencia digital?	posicionando al medio como una opción relevante del entorno digital.	
	¿Qué valor le atribuye a la frecuencia de publicación en redes sociales para mantener la relevancia de La Voz de la Península?	Mantener actualizada las redes sociales del medio con contenidos constantes garantiza visibilidad y continuidad con la audiencia. En la comunicación, aquello que no se está compartiendo, no existe.	Resalta la importancia de permanecer activos en el las redes sociales.

Fuente: Entrevista al Lic. Peter Santamaria

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Tabla 15

Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica - Entrevista 2

Apellidos y Nombres		Gregory Peter Santamaría Romero		
Cargo		Docente de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena		
Especialidad		Licenciado en comunicación social / Magister		
Entrevistador		Penélope Briones		
Fecha		16/06/25		
Variables	Preguntas	Respuesta	Observación	Análisis teórico
Variable independiente: La mediamorfosis	¿Cómo interpreta el cambio que ha tenido La Voz de la Península al incorporar plataformas digitales para su transmisión?	En un contexto donde las audiencias migran al entorno virtual, los medios tradicionales deben adaptarse para seguir siendo relevantes y ampliar su alcance. El uso de plataformas digitales representa una evolución necesaria.	Explica con claridad que la adaptación digital es parte de la evolución de los medios.	(Quintana, 2017) Afirma que en la actualidad las tecnologías interfieren en los procesos comunicativos, en el intercambio cultura y de entretenimiento (p.228)
	¿Qué tan importante considera que es adaptar el contenido radial al lenguaje y formato de redes sociales y hacer presencia en el entorno comunicativo?	Las redes sociales exigen inmediatez, formatos breves y narrativas versátiles que respondan al consumo de información actual. Producir contenidos que estén al margen del lenguaje digital es una pieza clave.	Reconoce las formas de consumo actual y la importancia de saber producir contenidos.	(García & Castro, 2018) Destaca que la narrativa transmedia es una técnica que involucra crear nuevos contenidos que permitan crear mensajes comunicativos con mayor alcance y en diversos formatos (p.123).
	¿De qué manera la hibridación de formatos tradicionales y digitales	La integración de formatos tradicionales y digitales ha transformado la producción y	Muestra conocimiento del contexto actual de los medios.	(Ávalos y otros, 2020) Mencionan que aquellos medios que tomaron la

	ha incidido en los contenidos periodísticos de La Voz de la Península?	presentación de contenidos. La emisora refleja su impulso hacia una renovación de formatos y procesos comunicativos.		decisión de innovar sus contenidos a los formatos digitales lograron conseguir resultados positivos a raíz del trabajo en la red (p.718).
	¿Qué estrategias considera efectivas para que La Voz de la Península logre segmentar y atraer a diversos tipos de audiencia en el entorno digital?	Una estrategia efectiva es estudiar a las audiencias mediante técnicas como la netnografía, lo que permitiría segmentar y diseñar contenidos que conecten con su público objetivo.	Explica la importancia de segmentar al público y menciona una herramienta para poder aplicar.	(Ávalos y otros, 2020) Destacan que el internet dio paso a nuevas tecnologías que posibilitaron la interconexión a nivel mundial mediante dispositivos móviles. Las formas de comunicación del medio hacia la audiencia cambio definitivamente.
	¿Qué papel juega la alfabetización digital en el proceso de adaptación de la emisora radial a redes sociales?	Implica usar con agilidad herramientas que permitirán crear, editar y compartir contenidos de manera eficaz. Ayuda a comprender como interactuar adecuadamente en los entornos digitales y aprovechar así sus dinámicas para conectar con su audiencia.	Valora el dominio técnico para lograr la interacción con las audiencias.	(Quian & Sixto, 2024) Los medios tradicionales se enfrentan a las herramientas digitales y buscan integrarlas en sus redacciones y contenido comunicativo, así se rompen los límites entre lo físico y digital (p.458)
Variable dependient e: La	¿Qué factores cree que debe tomar en cuenta La Voz de la Península al momento de crear	Los contenidos digitales deben partir del conocimiento profundo de su audiencia. Elementos como el lenguaje visual, narrativa visual y	Comprende la relevancia de conocer al público y usar formatos adecuados.	(Jórdan, 2019) Internet se ha convertido en un soporte periodístico donde conviven piezas informativas (p. 64).

	contenido audiovisual para redes sociales?	las preferencias del usuario son esenciales para lograr una comunicación efectiva		
	¿Qué elementos considera claves en una planificación estratégica para que La Voz de la Península tenga presencia efectiva en sus redes sociales?	Una estrategia comunicacional eficaz debe contemplar la selección adecuada de plataformas, los horarios con mayor presencia de audiencia y la adaptación del formato de sus contenidos al estilo y forma de cada red social.	Propone criterios claros sobre la adaptación de los contenidos, al funcionamiento de las diversas plataformas.	(Balsebre y otros, 2023) El internet obliga a los medios a crear estrategias que permitan conocer las necesidades de su audiencia, para así poder brindar contenidos como una respuesta a sus necesidades (p.18).
	¿Qué factores cree que motivan a los seguidores de La Voz de la Península a interactuar con los contenidos que publica la emisora?	La credibilidad construida a lo largo del tiempo favorece a la participación activa de los usuarios, quienes replican, comentan e interactúan con el contenido en su medio de confianza.	Relaciona la interacción y participación digital con la confianza.	(Tarullo & Amado , 2014) Las redes sociales actualmente atraviesan todos los ámbitos personales y sociales de nuestras vidas (p. 3).
	¿Considera importante que La Voz de la Península genere contenidos según los intereses específicos de su audiencia digital?	La personalización del contenido según los gustos y necesidades del público fortalece la relación entre emisor y receptor, posicionando al medio como una opción relevante del entorno digital.	Expresa un comentario acertado sobre como un vínculo posiciona al medio de manera digital.	(Trujillo & Montero, 2019) La aparición del internet llegó para cambiar permanentemente los contenidos que comparten los medios tradicionales, quienes en su transformación empezaron a difundir información en línea (p.302).

	<p>¿Qué valor le atribuye a la frecuencia de publicación en redes sociales para mantener la relevancia de La Voz de la Península?</p>	<p>Mantener actualizada las redes sociales del medio con contenidos constantes garantiza visibilidad y continuidad con la audiencia. En la comunicación, aquello que no se está compartiendo, no existe.</p>	<p>Resalta la importancia de permanecer activos en el las redes sociales.</p>	<p>(Orejuela & Villalobos, 2012) Las redes sociales se han convertido en herramientas de sociabilidad, que sin lugar a dudas permiten la expresión libre y la conformación de comunidades a favor de todo tipo de causas (p. 54).</p>
--	---	--	---	---

Fuente: Entrevista al Lic. Peter Santamaria

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Tabla 16

Entrevista 3

Apellidos y Nombres		Bryan Arturo Tómalá Fiallos	
Cargo		Seguidor de la emisora	
Especialidad		Abogado	
Entrevistador		Penélope Briones	
Fecha		06/06/25	
Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable independiente: La mediamorfosis	¿Considera que fue necesario para la Voz de la Península adoptar herramientas digitales como Facebook?	Incorporar redes sociales como Facebook fue una medida clave, específicamente en tiempos donde la interacción virtual se volvió parte de nuestro diario vivir. Permite al medio mantenerse activo y cercano a su audiencia.	Criterio breve y claro de como las redes fortalecen su relación con la audiencia.
	¿Cree que el contenido que comparte La Voz de la Península es dinámico o atractivo en sus transmisiones por plataformas digitales?	El contenido que comparte la emisora por redes sociales como las transmisiones en vivo, destaca por su dinamismo y atractivo visual, gracias al uso efectivo de herramientas y diseño digital.	Interpretación clara y centrada donde destaca el dinamismo e impacto visual.
	¿Prefiere escuchar la emisora por medio de señal de radio o por redes sociales? ¿Por qué?	La señal tradicional ofrece inmediatez, mientras que las redes sociales brindan accesibilidad, interacción y formatos audiovisuales. Combinarlos representa la forma en que interactuamos con el contenido digital actualmente.	Explicación de cómo se complementan lo digital y tradicional.
	¿Considera que el uso de redes sociales ha permitido que La Voz de la Península llegue a un público más amplio?	El medio ha logrado superar limitaciones geográficas de la transmisión convencional, logrando alcanzar nuevas audiencias gracias a la diversidad temática y su circulación de contenidos.	Opinión concreta sobre el impacto de la circulación de contenidos en redes sociales.

	¿Cómo evalúa el manejo que tiene La Voz de la Península en redes sociales?	La calidad visual, la edición y la elección de temas son claves para aceptar la atención del público. El manejo de redes sociales del medio es adecuado y se adapta bien a las plataformas más utilizadas. Poseer un buen nivel de alfabetización digital, permite entender y aprovechar las herramientas digitales.	Criterio sobre la importancia de manejar correctamente las herramientas digitales.
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	¿Cómo describirías la calidad o el estilo de los videos e imágenes que publica La Voz de la Península?	En la producción y edición de los contenidos que comparte la emisora por medio de redes sociales se observa un trabajo cuidadoso y de buena calidad, lo que permite mantenerse a un estilo visual atractivo y profesional.	Valora los procesos comunicacionales y la armonía visual de los contenidos.
	¿Le parece que el contenido que publica La Voz de la Península tiene un objetivo claro, como informar, entretener o promover algo en particular?	Mantener una imagen clara y compartir contenidos con una buena planificación, ayuda a que su audiencia la identifiquen como un medio al cual recurrir para estar informados. Se ajusta a la necesidad de cada sector de la población.	Comenta como los elementos que incentivan la interacción y fidelidad de la audiencia.
	¿Se siente motivado a interactuar con los contenidos publicados por La Voz de la Península en sus redes sociales?	El contenido que presenta la emisora genera proximidad con la audiencia. Esto genera una participación continua, la interacción se vuelve parte de la dinámica comunicacional entre el medio y sus usuarios.	Reconoce a la interacción como parte de una herramienta para formar vínculos.
	¿Siente que el contenido en redes de La Voz de la Península se ajusta	El medio posee diferentes segmentos en su programación, los cuales abordan diversos intereses, como lo que se vive dentro de	Muestra conocimiento sobre los diferentes segmentos que existen en la programación de la emisora.

	a sus intereses? ¿Por qué?	la provincia de Santa Elena, entretenimiento y deporte. Esto lo permite conectar con distintas audiencias.	
	¿Considera que la frecuencia de sus publicaciones ayuda mantenerte conectado con La Voz de la Península o pierde relevancia?	Una frecuencia adecuada en las publicaciones va a garantizar la continuidad en la relación con la audiencia. La presencia constante fortalece la visibilidad del medio y refuerza el compromiso de los usuarios con su contenido.	Valora la constancia de actualizar contenido como un elemento clave para ser visible en el entorno digital.

Fuente: Entrevista al Ab. Bryan Tomalá

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

Tabla 17

Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica - Entrevista 3

Apellidos y Nombres		Bryan Arturo Tómalala Fiallos		
Cargo		Seguidor de la emisora		
Especialidad		Abogado		
Entrevistador		Penélope Briones		
Fecha		06/06/25		
Variables	Preguntas	Respuesta	Observación	Análisis Teórico
Variable independiente: La mediamorfosis	¿Considera que fue necesario para la Voz de la Península adoptar herramientas digitales como Facebook?	Incorporar redes sociales como Facebook fue una medida clave, específicamente en tiempos donde la interacción virtual se volvió parte de nuestro diario vivir. Permite al medio mantenerse activo y cercano a su audiencia.	Criterio breve y claro de como las redes fortalecen su relación con la audiencia.	(Moreno y otros, 2024) Las redes sociales han permitido a las diferentes empresas edificar una sólida presencia online (p. 840).
	¿Cree que el contenido que comparte La Voz de la Península es dinámico o atractivo en sus transmisiones por plataformas digitales?	El contenido que comparte la emisora por redes sociales como las transmisiones en vivo, destaca por su dinamismo y atractivo visual, gracias al uso efectivo de herramientas y diseño digital.	Interpretación clara y centrada donde destaca el dinamismo e impacto visual.	(Albornoz & Luján, 2020) El uso de Facebook Live es una tendencia creciente en el mundo para transmitir contenido de noticias (p. 9).
	¿Prefiere escuchar la emisora por medio de señal de radio o por redes sociales? ¿Por qué?	La señal tradicional ofrece inmediatez, mientras que las redes sociales brindan accesibilidad, interacción y formatos audiovisuales. Combinarlos representa la forma en que	Explicación de cómo se complementan lo digital y tradicional.	(Mancebo , 2016) Los medios tradicionales han tenido que adaptarse a las exigencias que imponen las nuevas tendencias (p. 330)

		interactuamos con el contenido digital actualmente.		
	¿Considera que el uso de redes sociales ha permitido que La Voz de la Península llegue a un público más amplio?	El medio ha logrado superar limitaciones geográficas de la transmisión convencional, logrando alcanzar nuevas audiencias gracias a la diversidad temática y su circulación de contenidos.	Opinión concreta sobre el impacto de la circulación de contenidos en redes sociales.	(Mandujano, 2022) Los medios digitales, dejan una ruta de cada acceso, acción y movimiento en sus plataformas (p. 13)
	¿Cómo evalúa el manejo que tiene La Voz de la Península en redes sociales?	La calidad visual, la edición y la elección de temas son claves para aceptar la atención del público. El manejo de redes sociales del medio es adecuado y se adapta bien a las plataformas más utilizadas. Poseer un buen nivel de alfabetización digital, permite entender y aprovechar las herramientas digitales.	Criterio sobre la importancia de manejar correctamente las herramientas digitales.	(Gros & Contreras, 2006) La alfabetización digital está relacionada con las demandas de la sociedad Informacional (p.109)
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	¿Cómo describirías la calidad o el estilo de los videos e imágenes que publica La Voz de la Península?	En la producción y edición de los contenidos que comparte la emisora por medio de redes sociales se observa un trabajo cuidadoso y de buena calidad, lo que permite mantenerse a un estilo visual atractivo y profesional.	Valora los procesos comunicacionales y la armonía visual de los contenidos.	(Paulette, 2020) Internet ha sido la cuna de la interacción entre las empresas y los usuarios (p. 21).

<p>¿Le parece que el contenido que publica La Voz de la Península tiene un objetivo claro, como informar, entretener o promover algo en particular?</p>	<p>Mantener una imagen clara y compartir contenidos con una buena planificación, ayuda a que su audiencia la identifiquen como un medio al cual recurrir para estar informados. Se ajusta a la necesidad de cada sector de la población.</p>	<p>Comenta como los elementos que incentivan la interacción y fidelidad de la audiencia.</p>	<p>(Espinel, 2023) El proceso de planificación de la comunicación es para definir el tipo de información que se va a entregar (p.229)</p>
<p>¿Se siente motivado a interactuar con los contenidos publicados por La Voz de la Península en sus redes sociales?</p>	<p>El contenido que presenta la emisora genera proximidad con la audiencia. Esto genera una participación continua, la interacción se vuelve parte de la dinámica comunicacional entre el medio y sus usuarios.</p>	<p>Reconoce a la interacción como parte de una herramienta para formar vínculos.</p>	<p>(Orozco, 1997) La interacción que las audiencias entablan con los medios de hecho varía de acuerdo los distintos géneros programáticos (p.28).</p>
<p>¿Siente que el contenido en redes de La Voz de la Península se ajusta a sus intereses? ¿Por qué?</p>	<p>El medio posee diferentes segmentos en su programación, los cuales abordan diversos intereses, como lo que se vive dentro de la provincia de Santa Elena, entretenimiento y deporte. Esto lo permite conectar con distintas audiencias.</p>	<p>Muestra conocimiento sobre los diferentes segmentos que existen en la programación de la emisora.</p>	<p>(Pérez F. , 2023) Los medios se nutren de contenidos e informaciones provenientes de una gran variedad de fuentes (p.79)</p>
<p>¿Considera que la frecuencia de sus publicaciones ayuda mantenerte conectado con La Voz de la</p>	<p>Una frecuencia adecuada en las publicaciones va a garantizar la continuidad en la relación con la audiencia. La presencia constante fortalece la visibilidad del medio y</p>	<p>Valora la constancia de actualizar contenido como un elemento clave para ser visible en el entorno digital.</p>	<p>(Álvarez & Illescas, 2021) La comunicación digital facilita la interacción al instante entre medios de comunicación y el público (p. 75)</p>

	Península o pierde relevancia?	refuerza el compromiso de los usuarios con su contenido.		
--	--------------------------------	--	--	--

Fuente: Entrevista al Ab. Bryan Tomalá

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 2025

4.3. Análisis cualitativo: Análisis de contenido

En esta investigación se pone en práctica el método de observación mediante el análisis de contenido utilizando la matriz de categorización, mismo que nos ayudara a ver y comprender de qué manera se está llevando el proceso de mediamorfosis de La Voz de La Península por medio de su página oficial de Facebook.

Tabla 18

Matriz de categorización del 21 al 31 de mayo.

Variable	Categoría	Indicador	Criterio de análisis	Opciones de registro	Registro del investigador	Observación del investigador
Variable independiente: La mediamorfosis	Presencia en Facebook	Implementación de nuevas plataformas digitales	¿La página está activa?	Si	Actualmente se encuentra activa	Su programación inicia a partir de las 6:00 am y termina a las 18:00 pm
	Correcta adaptación	Adaptación de los contenidos para las redes sociales.	¿Las publicaciones están correctamente adaptadas a las redes sociales?	Si	Los recursos están correctamente adaptados.	Las publicaciones están correctamente adaptadas.
	Transmisiones en vivo	Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales.	¿Se realizan transmisiones radiales por Facebook?	Con frecuencia	Un total de 26 transmisiones en vivo	Transmiten su contenido radial por redes sociales.
	Público diverso	Diversidad de audiencia.	¿Publican para distintos tipos de público?	Si	Existen programas diversos para diferentes gustos.	Publican para públicos variados, programas diversos

	Calidad en audio y video	Dominio de herramientas digitales.	¿Las imágenes, audio y video son de buena calidad?	Alta	Calidad en audio, video e imagen.	Contenidos audiovisuales con alta calidad y claridad.
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	Diversidad de formatos	Formatos en videos, imágenes y transmisiones.	¿Publican en diferentes formatos?	Si	Existencia de videos e imágenes adaptados a los formatos de transmisión y reels.	Diversifican sus publicaciones en videos cortos, fotos y transmisiones en vivo.
	Organización de publicaciones	Planificación y campañas en redes sociales.	¿Se nota planificación en el contenido?	Regular	Comparten los contenidos siguiendo un horario programado.	Cada programa tiene un horario y de esa manera se va
	Interacción del público	El número de reacciones, compartidos y comentarios.	¿Cuántos comentarios, me gusta, y compartidos tienen sus publicaciones?	Baja	278 reacciones, 99 comentarios y 11 compartidas	Cuentan con un total de 6, 473 seguidores y aun así las interacciones son bajas.
	Oferta de contenidos	Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia.	¿Los temas responden a intereses variados?	Si	Se observó la existencia de 16 segmentos con diversos temas a tratar.	Programas que van desde lo informativo a lo cultural y de entretenimiento.
	Frecuencia de actividad	Promedio de publicaciones diarias.	¿La actividad es constante?	Alta	37 publicaciones, entre ellas transmisiones en vivo y reels.	Comparten contenido diario.

Fuente: Observación a la página oficial de Facebook de La Voz de la Península

Elaborado por: Penélope Briones

Fecha: junio 202

5. DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados de la encuesta.

A partir de los datos obtenidos por medio de la encuesta a ciudadanos del cantón Santa Elena, se logró verificar que La Voz de la Península ha logrado establecer una presencia en el entorno digital, incursionando en las rees sociales con formatos que se ajustan a las características de estos espacios, de este modo, esta transición indica una intención clara por parte de la emisora de mantenerse vigente y cercana a su audiencia en las plataformas actuales.

Respecto a la pregunta número 3, que indaga sobre el consumo de contenido tanto en la radio como en redes sociales, un 46% de los encuestados manifestó estar de acuerdo y un 13% muy de acuerdo, lo que representa un 59% de respuestas afirmativas. No obstante, un 41% restante se distribuyó entre posturas neutrales, en desacuerdo y muy en desacuerdo, lo cual revela que existe una proporción significativa de ciudadanos que no consumen o no se sienten identificados con la oferta digital de la emisora. Por ello (Figuroa, 2020) menciona a la convergencia mediática como una dinámica que los medios de comunicación tradicionales están adoptando debido a las exigencias de las nuevas tendencias digitales y las demandas de los consumidores contemporáneos (p.16). Las respuestas dan la idea de seguir ampliando el alcance y relevancia del contenido en las redes sociales.

Por otra parte, los participantes reconocen que la emisora ha ganado visibilidad en el ecosistema digital, destacando una percepción positiva respecto al manejo de sus plataformas, lo que sugiere que la estrategia de adaptación ha tenido resultados perceptibles y así mismo los ciudadanos respondieron que existen contenidos de sus intereses dentro de la parrilla de programas que ofrece la emisora.

De igual manera, se identifica que gran parte de los encuestados perciben una organización en la gestión de redes sociales por parte del medio, lo cual es clave para sostener una presencia constante y coherente.

En relación con la interacción, el 56% afirmó encontrarse en niveles de acuerdo, frente a un 22% que se mantuvo neutral y otro 22% que expresó desacuerdo. Esto determina que existe aún un segmento de la audiencia que no interactúa, ni establece

contacto con los contenidos digitales de la emisora. (Urrutia, 2020) menciona que la participación actual de las audiencias, especialmente en su habilidad para interactuar, genera importantes repercusiones tanto en la industria de los medios como en la sociedad en general (p.73). Lo que se traduce a que los medios busquen fortalecer sus mecanismos y promover una participación más activa.

Finalmente, varios encuestados identificaron programas de su interés dentro de la parrilla de La Voz de la Península, lo cual reafirma la necesidad de continuar impulsando a la creación de una programación variada y dinámica. En ese sentido, se vuelve fundamental que el proceso de transformación digital cuente con una planificación constante que permita actualizar sus redes sociales con contenidos actuales y relevantes, todos los días.

5.2. Discusión de resultados de entrevista

Con el objetivo de alcanzar resultados variados y completos, se realizaron entrevistas a tres personas que permitieron abordar el fenómeno desde distintas perspectivas. Entre los entrevistados se encuentra el director de la emisora La Voz de la Península, el Lic. Jimmy Pinoargote, quien dio una visión institucional sobre el procesos de adaptación a los entornos digitales de la emisora, también se entrevistó al Lic. Peter Santamaría, especialista en comunicación, quien ofreció un análisis técnico y contextual sobre el impacto de la mediamorfosis y finalmente, se incluyó la perspectiva del público mediante la opinión del Ab. Bryan Tomalá, seguidor del medio, cuya visión permitió conocer de qué manera los usuarios perciben los cambios del medio.

La emisora ha mejorado su presencia en las redes sociales con cámaras, micrófonos e iluminación, pero el contenido se mantiene casi igual al formato radial original. Adaptarse al entorno digital ha sido enfocado al nivel técnico. Aun así, combinar medios tradicionales con digitales les ha permitido ampliar su alcance, aunque plataformas fuera de Facebook siguen siendo un reto por su menor penetración.

En cuanto a la pregunta 4, ¿En qué medida considera que la digitalización ha contribuido a la incorporación de nuevas audiencias que antes estaban fuera del alcance de la emisora? La emisora reconoce que ha logrado atraer a jóvenes que antes no la conocían. Sin embargo, su contenido sigue dirigido en su mayoría a un público adulto

mayor y esto muestra que, aunque han ganado presencia digital, aún no ajustan del todo su programación a los nuevos públicos que ahora los siguen.

El paso a lo digital ha traído desafíos técnicos y el personal debe capacitarse y aprender a usar cámaras, programas de edición y el manejo de plataformas de transmisión. Usan aplicaciones como Facebook y YouTube para las transmisiones en vivo, mientras que Instagram y TikTok sirven para promocionar contenido, esto se interpreta a que la planificación es flexible y responde al comportamiento de la audiencia, aunque aún no hay una estrategia fuerte y sostenida.

En la pregunta 8, ¿Considera que los comentarios, compartidos y reacciones de los seguidores a su contenido, reflejan el verdadero impacto del medio en redes sociales? El director de la emisora expresa que no siempre es así, ya que en varias ocasiones las interacciones aumentan por la presencia de invitados conocidos, lo que distorsiona el alcance real, dejando en claro que medir el impacto solo por likes y compartidos no da una visión completa a los resultados sobre la participación de sus seguidores. Según (Ordóñez, 2024), con las redes sociales, las personas pueden conectarse, interactuar e incluso intercambiar información en tiempo real (p.110). El buen manejo de las redes sociales permitirá que se lleven a cabo cada uno de estos elementos por parte del internet.

La variedad de programas ha ayudado a atraer distintos públicos, adaptándose a horarios y gustos. La frecuencia de publicaciones depende de los recursos disponibles, pero se planea una expansión que permita segmentar mejor a la audiencia y fortalecer su presencia digital.

La pregunta 1, ¿Cómo interpreta el cambio que ha tenido La Voz de la Península al incorporar plataformas digitales para su transmisión? menciona que esta transformación responde a una necesidad que exige el entorno actual y migrar a espacios digital no fue una opción, más bien un paso obligatorio para mantenerse vigente frente al cambio en los hábitos de consumo. Hace referencia a lo que menciona (Martínez & Davara, 2022), cada medio de comunicación debe adaptarse a los avances tecnológicos y enfrentar el desafío de la coexistencia en la era digital, que incluye desafíos como llegar a nuevas audiencias a través de contenido fresco e historias diferentes a las convencionales (p. 147). La emisora supo leer el contexto y adaptarse,

entendiendo que su permanencia dependía de reconvertirse y expandir su presencia más allá de la señal tradicional.

Adaptar el contenido radial al entorno digital implica rediseñar la forma de narrar, publicar y conectar con la audiencia. Combinar formatos tradicionales y digitales lleva a replantear la producción y presentación de contenidos para tener un mayor alcance, usar herramientas como la netnografía permitirá conocer a la audiencia y así ser capaces de generar mensajes más específicos y cercanos. A esto se suma la importancia de la alfabetización digital, tanto en quienes producen como en quienes consumen los mensajes y mientras los contenidos sean visualmente atractivos es posible llevar una comunicación efectiva.

En cuanto a la pregunta 7, ¿Qué elementos considera claves en una planificación estratégica para que La Voz de la Península tenga presencia efectiva en sus redes sociales? Tenemos que elegir cuidadosamente las plataformas en las que se compartirá el contenido, saber cuándo hay más actividad y hacer que el contenido se adapte al formato de las diferentes redes. Autores como (Campillo, Herrero, & Ramos, 2024), indican que crear una estrategia comunicacional efectiva requiere utilizar redes sociales como un canal para interactuar con los públicos, involucrándolos a vivir la experiencia durante las fases de introducción, integración y focalización (p.7). Hay que recordar que no es suficiente publicar, hay que entender cómo, cuándo y dónde para que tenga un impacto significativo.

Poseer una trayectoria, hace que los seguidores se sientan motivados a consumir sus contenidos tanto desde su formato original, como en su hibridación a las redes sociales, siendo esta una relación cercana basada en la confianza. El contenido debe responder a los intereses específicos de la audiencia, lo que refuerza el vínculo con el medio y su relevancia. Además, la frecuencia en la publicación es vista como clave: mantener las redes activas con contenidos constantes ayuda a que la emisora siga presente en el día a día de los usuarios.

Implementar herramientas digitales como Facebook fue un paso importante para que La Voz de la Península se mantenga vigente como un medio para estar informados, esta transformación le permitió adaptarse a las nuevas formas de consumo y sostenerse

en el entorno informativo y de entretenimiento, con ello el adaptar contenido visualmente atractivo, logra captar la atención de su público.

En cuanto a la pregunta 3, ¿Prefiere escuchar la emisora por medio de señal de radio o por redes sociales? ¿Por qué? Su respuesta muestra una convivencia entre ambas. Los usuarios alternan entre la radio FM y los canales digitales según el contexto, lo que evidencia una verdadera convergencia de medios. Según (Viteri, Herrera, & Faconda, 2024), la convergencia de medios se refiere a la tendencia en la que las tecnologías de la información permiten un amplio ecosistema digital de canales convergentes, diferentes medios y funciones mediáticas (p.7515). Tener diferentes canales de transmisión no solo mejora las posibilidades de acceso, sino que revela que el medio ha logrado integrarse a los hábitos tecnológicos de su audiencia sin perder su esencia como medio tradicional.

El uso de redes sociales ha sido fundamental para ampliar el alcance de la emisora y consolidar su posición como referente local y se percibe una gestión eficiente y planificada de sus plataformas, con claridad en los objetivos de su contenido como informar, entretener y promover aspectos culturales. Poseer un nivel adecuado de manejo digital, facilita la interacción constante con los contenidos y participación activa, a través de comentarios, compartidos y reacciones, esto refleja una relación cercana y bidireccional entre la emisora y su audiencia.

En respuesta a la pregunta 9 ¿Siente que el contenido en redes de La Voz de la Península se ajusta a sus intereses? ¿Por qué? La emisora logra conectar con los gustos personales de su público, en el caso del seguidor entrevistado fue el deporte y destaca que la diversificación de temáticas permite que distintos grupos dentro de la audiencia se puedan sentir identificados y representados, es ahí donde se fortalecen vínculos y se fideliza frente a otros medios locales.

Se reconoce que publicar contenido diario es crucial para mantener una relación entre la emisora y su audiencia, donde transmisión constante de programación en diferentes horarios y formatos permite que el medio siga presente a lo largo del día, sin perder su influencia.

5.3. Discusión resultados ficha de observación.

La emisora La Voz de la Península ha mostrado avances importantes en su proceso de digitalización, con una presencia activa en plataformas como Facebook, donde adapta sus contenidos a los formatos requeridos, como videos, transmisiones en vivo e imágenes diseñadas para captar la atención. También combina el uso de medios tradicionales y digitales, lo que le permite mantener su base de oyentes y, al mismo tiempo, buscar nuevas audiencias en el entorno digital.

En cuanto a la calidad técnica, se destaca el buen manejo del audio y video, especialmente en las transmisiones en vivo, lo que refleja un dominio adecuado de herramientas digitales y se evidencia un esfuerzo constante por diversificar formatos y mantener los contenidos actualizados y atractivos para el público.

Con respecto a la pregunta 8, se reconoce que, a pesar de contar con 6,473 seguidores, las interacciones en las publicaciones son bajas, con apenas 278 reacciones, 99 comentarios y solo 11 compartidas. Esto evidencia una participación limitada del público, lo que puede reflejar una falta de conexión entre el contenido publicado y los intereses de la audiencia. Tal como establece (Luzuriaga, 2020) la participación en redes sociales se refleja en acciones como "me gusta", compartidos, menciones, clics y comentarios. Cada interacción tiene un significado distinto según el usuario y su propósito al usar la plataforma (p.100). La baja interacción sugiere que, aunque hay una comunidad establecida, esta se mantiene pasiva, lo que limita el alcance y la efectividad comunicacional de la emisora en redes sociales.

La emisora también ha trabajado en generar contenidos para públicos diversos, de hecho, se determinó la existencia de 16 segmentos en su programación, los cuales utilizan un lenguaje claro, accesible y cercano. Las transmisiones en vivo se presentan como uno de los recursos más efectivos para fomentar la participación de la audiencia, dado que generan mayor interacción, comentarios y compartidos, lo cual fortalece el vínculo entre el medio y su comunidad.

Con respecto a la pregunta 10, se identificó que las publicaciones poco frecuentes o con escasa variedad generan menor interacción. Por ejemplo, en contenidos donde no se actualiza con regularidad o no se presenta información novedosa, la respuesta del público es baja, con pocas reacciones o comentarios. (Guerra y otros,

2024) Mencionan que las redes sociales ofrecen una plataforma para compartir información en tiempo real y responder rápido y de manera eficaz a comentarios y consultas (p.843) Esto indica que la emisora necesita mantener una frecuencia constante de publicaciones y diversificar su contenido para evitar la desconexión con sus seguidores y lograr un mayor alcance en redes sociales.

6. CONCLUSIONES

El proceso de mediamorfosis en La Voz de la Península implica más que solo usar cámaras y servicios de streaming; representa un cambio en la identidad de la emisora al combinar formatos de imágenes y videos. Esto permite que la emisora tenga presencia simultánea en la radio FM y en redes sociales como Facebook. Sin embargo, se evidencia que aún es necesario desarrollar narrativas variadas y atractivas para mantener y sostener el interés de las audiencias en estos espacios digitales.

La incorporación de las redes sociales como canales para difundir contenidos radiales ha incrementado la visibilidad de La Voz de la Península. No obstante, solo una parte de sus seguidores participa activamente en las publicaciones, ya sea mediante reacciones, comentarios o compartiendo el contenido. Esto refleja que hay un límite en el nivel de interacción y que estar presente en el entorno digital no es suficiente para garantizar una conexión profunda con la audiencia.

La evolución de La Voz de la Península en redes sociales se ha centrado principalmente en aspectos técnicos, más que en una estrategia comunicacional clara y definida. Aunque cuentan con el equipo adecuado y cierto grado de visibilidad, la participación y el nivel de interacción con sus seguidores en estas plataformas siguen siendo bajos. Esto muestra que la transformación digital todavía no ha logrado una conexión real y sostenida con la audiencia en el entorno digital.

Los medios tradicionales han empezado a usar herramientas digitales para actualizar su presencia, pero sin una estrategia que enlace sus acciones con las nuevas formas de comunicación digital. Esto se refleja en la falta de coherencia entre los formatos tradicionales que continúan utilizando y las nuevas alternativas narrativas que los espacios digitales permiten, lo cual limita la efectividad en la interacción y participación del público en línea.

La mediamorfosis en La Voz de la Península se manifiesta en la transformación que experimenta la emisora al integrarse a plataformas digitales, especialmente a las redes sociales, lo que refleja su avance frente a los cambios tecnológicos y comunicativos actuales. Sin embargo, esta mezcla de medios todavía enfrenta desafíos, pues predomina la reproducción de formatos tradicionales sin una narrativa bien adaptada al lenguaje y características propias del entorno digital.

7. RECOMENDACIONES

La transición digital de La Voz de la Península debe enfocarse en crear contenidos exclusivos para cada red social, entendiendo que cada plataforma tiene un formato y audiencia diferentes. No es suficiente replicar los programas radiales tradicionales, es necesario transformar la identidad sonora en piezas visuales, dinámicas y breves que se adapten al consumo móvil y a las características propias del entorno digital, para captar y mantener el interés de las audiencias en línea.

Para mejorar la interacción en redes sociales, La Voz de la Península debe ir más allá de generar alcance o recibir reacciones superficiales. Es fundamental impulsar la participación activa a través de herramientas como transmisiones en vivo, encuestas o espacios de diálogo que permitan a los usuarios expresar sus opiniones, compartir experiencias y sentirse parte del contenido, fortaleciendo así la relación bidireccional con la audiencia.

La gestión de redes sociales en un medio tradicional requiere equilibrar el aspecto técnico con el diseño de una estrategia comunicacional sólida. Esto implica crear contenidos basados en los intereses y necesidades reales de la audiencia, además de seleccionar las plataformas más adecuadas para cada tipo de público. Una planificación que combine creatividad con escucha activa facilitará medir el impacto real y mejorar la conexión con los seguidores.

La incorporación de herramientas digitales debe ir acompañada de un cambio profundo en la comprensión de la comunicación, reconociendo que las redes sociales funcionan con dinámicas propias. Por ello, es esencial definir objetivos claros y coherentes que alineen las acciones del medio con las expectativas del público digital, facilitando la construcción de una imagen confiable y una comunicación efectiva que responda a las nuevas formas de interacción en línea.

La transformación de La Voz de la Península a través de la mediamorfosis implica un análisis cuidadoso de su estilo comunicativo para adaptar los formatos tradicionales a las demandas del entorno digital. Es clave desarrollar narrativas que conserven la esencia de la emisora, pero que incorporen elementos como la inmediatez, la interactividad y lo visual, respondiendo así a los hábitos y preferencias de las comunidades digitales para consolidar su presencia en redes sociales.

8. REFERENCIAS

- Abad, S. L. (2020). Estrategias utilizadas por los influencers ecuatorianos como agentes del marketing digital, para promover la venta de productos y servicios en la red social Instagram. *Revista ComHumanitas*, 11(3), 146-176. doi: <https://doi.org/10.31207/rch.v11i3.272>
- Abdul, B. (2020). Abdul, B. C. (2020). Comunicación digital: la transformación de la realidad y la conciencia. *Comunicación*(42), 109-112. doi:<http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n42.a09>
- Alban, G. P., & Arguello, A. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Albornoz, C., & Luján, M. (2020). Facebook Live como una nueva forma de consumir noticias. Una mirada al usuario digital peruano. *Revista Correspondencia y análisis*, 12(03), 21. doi:<https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.03>
- Almeida, S., Bohórquez, E., & González, A. (2023). Medios de comunicación digitales: una nueva forma de ver el periodismo. *Polo del conocimiento*, 8(2), 994-1007. doi:10.23857/pc.v8i2
- Álvarez, D. O., Jiménez, G. E., Reyes, P. D., & Ormazá, D. E. (2019). El analfabetismo tecnológico o digital. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 4(2), 393-406. doi:10.23857/pc.v4i2.922
- Álvarez, F., & Illescas, D. (2021). Estrategias de la Comunicación Digital en el manejo de redes sociales para la promoción de microempresas. *Revista Killkana Sociales*, 5(3), 73-88. doi:<https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v5i3.865>
- Asamblea Nacional. (Octubre de 2000). *Comisión Interamericana de Derechos Humanos*. Obtenido de Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión: <http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/a8fb323f-e37c-420d-b119-840dcbd392f0/R004.pdf>
- Asamblea Nacional. (21 de Junio de 2013). *LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Ávalos, M., Culqui, A., & Erazo, M. (2020). Medios tradicionales vs. medios digitales: impacto de la sociedad digital en los hábitos de consumo de jóvenes universitarios. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166 - 182), 716 - 729. Obtenido de <https://gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/218>
- Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE. *Didasc@ lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79. Obtenido de javascript:void(0)
- Baharuddin, S. (2023). *Mediamorfosis Radio 107,9 RDK FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Media Dakwah di Era Digital*. Universitas Islam Negeri

Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia . Obtenido de
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72613>

- Balsebre, A., Ortiz, M., & Pérez, X. (2023). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17 - 39. doi: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1848> |
- Barredo, D., Palomo, B., Mantilla, A., & Gard, C. (2015). Una encuesta exploratoria para cuantificar la influencia de las redes sociales en las rutinas profesionales de periodistas ecuatorianos: reflexiones sobre la mediamorfosis del Ecuador (2014). *Una encuesta exploratoria para cuantificar la influencia de las redes sociales en las rutinas profesionales de los periodistas ecuatorianos: reflexiones sobre la mediamorfosis del Ecuador (2014)**. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, Quito, Ecuador. doi:[dx.doi.org/10.12804/disertaciones.01.2015.03](https://doi.org/10.12804/disertaciones.01.2015.03)
- Campillo, A. C., Herrero, R. L., & Ramos, I. (2024). Los eventos experienciales en la estrategia de comunicación y publicidad del sector cervecero. *Latina de comunicación social*, 82, 01 - 23. doi:<https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2208>
- Carrasco, J. (2016). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de comprar bebidas refrescantes en España*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/22717>
- Chuquimarca, J. M., & Santamaria, G. (2024). *Diseño modelo de estrategias de marketing digital en redes sociales para las tiendas de barrio en el cantón santa elena 2024*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2024.3.2458>
- Cochea, G., & Ramírez, C. A. (2022). *Redacción Periodística: En la etapa de Covid – 19 en la red social Facebook de Radio on line La Dura Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Santa Elena , Ecuador . Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6983>
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Art 16, 17 , 384*. Obtenido de <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/constitucion-republica-ecuador>
- Cortez, P. E., & Vera, C. X. (2024). *La comunicación estratégica en las redes sociales para los jóvenes del siglo XXI en la provincia de Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10685>
- Diez, E. (2021). Gobernanza híbrida digital y Capitalismo EdTech la crisis del COVID-19 como amenaza. *Foro de educación*, 19(1), 30. doi:<http://dx.doi.org/10.14516/>
- Espinel, A. (2023). Gestión y Planificación de la Información y Comunicación. *Revista Enfoques de la comunicación*, 9, 288. Obtenido de <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/99>

- Faneite, F. S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82-95. doi:<https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Fantini, E., & Tamba, R. S. (2020). Mediamorfosis educasi informal online melalui platform digital sebagai peluang bisnis baru. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 14. doi:<https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.831>
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*. Pine Forge Press. Obtenido de <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=Y2gcG1qCFFoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Mediamorphosis:+Understanding+new+media.&ots=uWQbDjWKFr&sig=t09Q5Zeu53D4Mppi-UtSXJD-EJ0>
- Figuerola, A. C. (2020). *La convergencia mediática en la Revista El Congreso siglo XXI como estrategia para el posicionamiento de contenidos*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Obtenido de <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11132>
- Fondevila, J. F., Guart, M., Iglesias, A. P., & Pérez, F. J. (2024). *Relación entre planificación de medios y creatividad en un entorno de hibridación mediática y transmedialidad. [Relationship between media planning and creativity in an environment of media hybridization and transmediality]*. *Revista Latina de Comunicación Social*, España. doi:<https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2035>
- Galarza, C. A. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1-6. doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- García, E., & León, M. (2021). ¿Evolución o expansión? Del Marketing tradicional al Marketing Digital. *Alcance Revista Cubana de información y comunicación*, 10(26), 37-52. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v10n26/2411-9970-ralc-10-26-37.pdf>
- García, J., & Castro, E. (2018). eriodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. . *Revista de Ciencias Sociales y económicas*, 2(1), 115 - 129. doi:<https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.269>
- Gómes, M., & Corbacho, J. (2025). *Viralidad en las redes sociales de los medios de comunicacion audiovisuales españoles: formatos y contenidos* . España. doi:<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1437>
- González, B. (2021). Hibridación digital en el Cono Sur: Consumo de medios tradicionales, digitales y uso de redes sociales. *Comunifé*, 21(21), 31.39. doi:<https://doi.org/10.33539/comunife.2021.n21.2580>
- González, E. (2024). La Convergencia Digital en la Radio Pública y Universitaria en México. *Ciencia Latina*, 8(1), 6972-6989. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10054
- Gros, B., & Contreras, D. (2006). La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas. *Revista Iberoamericana de educación*, 42, 103-125. Obtenido de <https://rieoei.org/historico/documentos/rie42a06.htm>

- Guerra , C., Erazo, T., Haro, E., & Valencia, P. (2024). Redes Sociales y su Impacto en el Entorno Digital de las Empresas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 831-857. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10531
- Jórdan, J. (2019). Los nuevos formatos audiovisuales en los cibermedios: del reportaje televisivo al videonews. *Communication & Society*, 32(4), 63 - 75. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/336414018>
- Labarca, R., & Gómez, N. (2023). Diseños de investigación en educación: . *Encuentro Educacional*, 30(1), 202-220. Obtenido de https://www.academia.edu/download/109595931/10-2023_N1_PDF_FINAL_Disenos_Investg.pdf
- Londoño, C. (2024). Desafíos y oportunidades de la industria de la radio. Caso radio pública de Ecuador. *Correspondencia & Análisis*, 19, 34. doi:<https://doi.org/10.24265/cian.2024.n19.01>
- Luzuriaga, E. (2020). EL ENGAGEMENT Y SU IMPACTO EN EL SOCIAL MEDIA DEL. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 7(2), 99-108. doi:<https://doi.org/10.46677/compendium.v7i2.802>
- Mancebo , M. (2016). Innovación en formatos audiovisuales. El uso de herramientas de live streaming en Antena 3 y Univision. *Universidad Miguel Hernández*, 85(7), 325-349. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5794585.pdf>
- Mandujano, E. (2022). Diversidad de audiencias y medios.El reto actual de la comunicación social. *Revista Más poder local*, 50, 9-31. doi:<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.119>
- Martínez, H., & Davara, F. J. (2022). La influencia del ecosistema digital en la prensa deportiva en España: medios, usuarios y pandemia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(1), 12. doi:<https://doi.org/10.5209/esmp.77506>
- Martori, A. (2023). Las dinámicas multimedia y transmedia en la prensa de proximidad: ¿utopía o realidad? Un análisis del caso catalán. *Mediterránea de comunicación*, 14(2), 12. doi:<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23868>
- Mero, A. M. (2021). *Rol del periodista multimedia en la convergencia mediática de Ediasa Portoviejo durante la pandemia en 2020*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Manabí , Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/4287>
- Mogrovejo, J. N., Montalván, C. L., Barragan, G. M., & Cabrera, M. A. (2024). Fenomenología de la Realidad Virtual: Explorando la Experiencia Humana en Entornos Digitales Inmersivos. *Grupo AEA*, 4(1), 11. doi:<https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v4/n1/88>
- Montalván, D., & Galán, J. (2021). Medios tradicionales: abrirse al mundo digital o sucumbir. *Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca*, 12(1), 101 - 113. doi:10.36253/me-10222

- Montoya, M. I. (2012). Servicios y contenidos audiovisuales para las plataformas digitales: análisis de las estrategias de diversificación cross-media. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 29(2), 45-66. doi:10.2436/20.3008.01.100
- Moreano, C., Escobar, T., Haro, E., & Villagomez, P. (2024). *Redes sociales y su impacto en el entorno digital de las empresas*. Ciudad de México, México. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/10531>
- Morejón, R., & Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textosycontextos*, 18, 117.
- Moreno , C., Escobar , T., Haro , E., & Villagómez , P. (2024). Redes sociales y su impacto en el entorno digital de las empresas. *Ciencia Latina revista multidisciplinar*, 8(2), 831-857. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10531
- Naciones Unidas. (10 de Diciembre de 1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Obtenido de Registro Auténtico: <https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/DECLARACION%20DE%20LOS%20DERECHOS%20HUMANOS.pdf>
- Ordóñez, R. . (2024). *Interacciones sociales en espacios virtuales: un estudio en jóvenes universitarios ecuatorianos*. Universidad Pablo de Olavide, España . Obtenido de <https://hdl.handle.net/10433/23422>
- Orejuela , M., & Villalobos, F. (2012). Redes sociales: audiencias, contenidos e instrumentalización de mensajes en @ElNacionalWeb y @ElUniversal. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 9(3), 49-62. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/823/82325415004.pdf>
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, 8, 25-30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15800806.pdf>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pachucho, L. D., & Santana, S. E. (2023). *Incidencia de las redes sociales en el incremento de la audiencia radiofónica juvenil de Babahoyo en el año 2023*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/15925>
- Parra, L., & Vásquez, M. (2017). Muestreo probabilístico y no probabilístico. 3. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>
- Paulette, L. (2020). *Producción y edición de contenido audiovisual durante los primeros pasos del proceso de transformación digital de la organización San Ignacio de Loyola entre los años 2016 y 2018*. Universidad San Ignacio de Loyola, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.14005/10566>

- Pérez, A., Jaramillo, D., & Paz, A. (2022). Culturas digitales en las redes sociales: Nuevos modelos de creatividad, (auto)representación y participación. *Revista de comunicación y tecnología emergentes*, 20(2), 13. doi:<https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1928>
- Pérez, F. (2023). Los medios de comunicación en la era digital. *Bilbao: Fundación BBVA*, 1, 325. Obtenido de https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf
- Pérez, X. (2018). Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*(40), 59-61. doi:<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i40.12>
- Piñeiro, T., & Pedrero, L. M. (2022). Audio communication in the face of the renaissance of digital audio. *Profesional de la información*, 31(5), 18. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.07>
- Piza, N., Amaiquema, A., & Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), 455-459. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000500455&script=sci_arttext&tlng=pt
- Quián, A., & Sixto, J. (2024). Quián, A., & Sixto-García, J. (2024). Inteligencia artificial en la prensa: estudio comparativo y exploración de noticias con ChatGPT en un medio tradicional y otro nativo digital. *Revista de comunicación*, 23(1), 457 - 484. doi:<https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3374>
- Quilumba, V. G., & Cochea, P. G. (2022). *Instagram como herramienta de difusión de contenidos del medio Radio Salinas 103.3 FM*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/7016>
- Quintana, J. (2017). Apuntes sobre la incorporación del término alfabetización mediática y digital en América Latina. *Revista de Medios y Educación*, 51, 227 - 241. doi:<http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2017.i51.015>
- Romero, B. (2021). *Análisis de las características de la radio digital en las redes sociales-caso Radio Génesis*. Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/9922>
- Sevilla, N. A., García, C. L., & Reyna, E. (2022). Estrategias de comunicación para lograr confianza y fortalecer la imagen de las organizaciones no lucrativas (Ong), caso de estudio: Maprovisad A.C. *Ciencia Latina*, 6(6), 24. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3929
- Solórzano, A., Vélez, N., & Zambrano, L. (2024). *Los medios comunicativos tradicionales y la convergencia digital*. Manta, Manabí, Ecuador. doi:<https://doi.org/10.47460/uct.v28i123.806>
- Solórzano, M. (2021). *Migración de medios tradicionales a redes sociales. Caso de estudio: Diario El Mercurio de Manta*. Universidad Laica Eloy Alfaro de

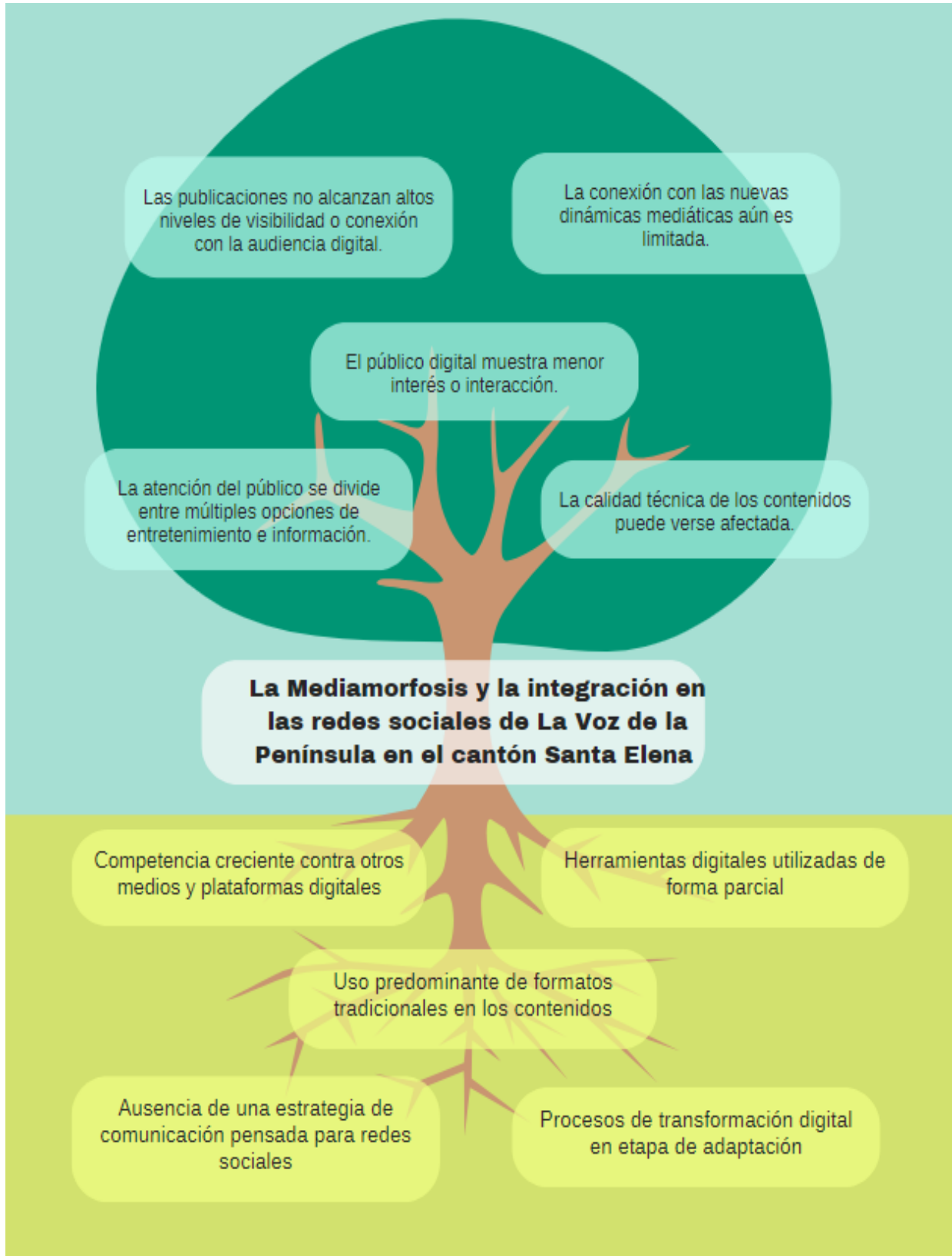
- Manabí, Manta, Manabí, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/4290>
- Tarullo, R., & Amado, A. (2014). *El estudio de la interacción en las redes sociales: una propuesta metodológica*. Universidad Nacional del Noroeste de Buenos Aires. Obtenido de <https://repositorio.unnoba.edu.ar:8080/xmlui/handle/23601/386>
- Torres, M., & Ponce, F. (2021). La escala de Likert en la medición de las TIC y la exclusión social. *Cadernos de Educação Tecnologia e Sociedade*, 14(3), 375-383. doi:<https://doi.org/10.14571/brajets.v14.n3.375-383>
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. (3). Obtenido de https://www.academia.edu/download/38856523/art_metodos_de_recoleccion_de_datos.pdf
- Trámpuz, J. P., & Caicedo, F. V. (2023). *Inmediatez informativa, un desafío en la responsabilidad periodística*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9715>
- Trujillo, J., & Montero, S. (2019). Medios nativos digitales en América Latina: agenda, sostenimiento e influencia. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*(141), 301 - 316. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7320770>
- Uguina, V. C. (2023). *El impacto de las redes sociales y de la audiencia activa en el periodismo*. Comillas Universidad Pontificia, Madrid, España. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11531/68435>
- Urrutia, S. (2020). La interacción mediática en entornos de convergencia digital. *Encrucijada Americana*, 12(1), 72-77. doi:10.53689/ea.v12i1.160
- Villar, M., Müller, M. J., & Costa, M. (2020). La expansión del podcast en la radio pública. *Revista académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*(20), 55-67. doi:DOI:10.31009/hipertext.net.2020.i20.05
- Villegas, M. M., & Castañeda, W. (2020). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *KEPES*, 17(22), 257-276. doi:<https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.22.10>
- Viteri, W., Herrera, Z., & Faconda, K. (2024). Convergencia mediática en la producción periodística en tiempos de pandemia Covid-19. *Ciencia Latina*, 8(1), 22. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10085
- Von Lippke, K. Z. (2022). *Medios radiales tradicionales y medios digitales en la audiencia de la provincia de Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8167>

- Zambrano, D., Moreira, J., & Cáceres, A. (2021). EL CAMBIO TECNOLÓGICO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL ECUATORIANO. *Contribuciones a la economía*, 19(2), 10. doi:<https://doi.org/10.51896/contrieconomia/CTXZ2901>
- Zúñiga, P. I., Cedeño, R. J., & Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *iencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. doi: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Zurita , J. L. (2019). Zurita Andi3n, J. L. (2019). El engagement y las nuevas narrativas en el diseo de la comunicaci3n digital. . *studios sobre el mensaje periodístico*, 25(2), 1249-1261. doi:<https://dx.org/10.5209/esmp.64836>

9. ANEXOS

Anexo 1

Árbol de problemas



Anexo 2

Instrumentos validados

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario - Escala de Likert

Tema: La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.

Objetivo General: Medir el grado de aceptación y valoración de la audiencia respecto a los contenidos de la emisora La Voz de la Península en su página de Facebook.

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

Variable independiente: La mediamorfosis		1	2	3	4	5
1	La Voz de la Península ha logrado adaptarse al uso de las plataformas digitales.					
2	Los contenidos compartidos por La Voz de la Península se presentan en formatos adecuados para redes digitales.					
3	Consume el contenido de La Voz de la Península a través de la radio tradicional, como de sus redes sociales.					
4	El uso de redes sociales ha contribuido a que La Voz de la Península sea más visible para el público					
5	Se percibe un adecuado manejo de las plataformas digitales en el contenido que publica La Voz de la Península.					
Variable dependiente: La integración en las redes sociales						
1	Los contenidos digitales de La Voz de la Península han llamado su atención.					
2	Se evidencia una adecuada planificación en la manera en que La Voz de la Península gestiona sus redes sociales.					
3	Ha interactuado con los contenidos que comparte La Voz de la Península en sus redes sociales.					
4	En la programación de La Voz de la Península ha encontrado programas que le resultan relevantes.					
5	Es importante que el medio La Voz de la Península actualice sus redes a diario.					



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I:0913729257

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.															
AUTOR:		Briones Tigreiro Penélope Gianella															
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	
Variable independiente: La mediamorfosis	Adaptación tecnológica.	Implementación de nuevas plataformas digitales.	La Voz de la Península ha logrado adaptarse al uso de las plataformas digitales.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Producción digital.	Adaptación de los contenidos para las redes sociales.	Los contenidos compartidos por La Voz de la Península se presentan en formatos adecuados para redes digitales.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Convergencia mediática.	Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales.	Consume el contenido de La Voz de la Península a través de la radio tradicional, como de sus redes sociales.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Expansión de alcance	Diversidad de audiencia.	El uso de redes sociales ha contribuido a que La Voz de la Península sea más visible para el público						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Alfabetización digital	Dominio de herramientas digitales	Se percibe un adecuado manejo de las plataformas digitales en el contenido que publica La Voz de la Península.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	Contenido digital.	Formatos en videos, imágenes y transmisiones.	Los contenidos digitales de La Voz de la Península han llamado su atención.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Estrategia comunicacional	Planificación y campañas en redes sociales.	Se evidencia una adecuada planificación en la manera en que La Voz de la Península gestiona sus redes sociales.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Interacción social.	El número de reacciones, compartidos y comentarios.	Ha interactuado con los contenidos que comparte La Voz de la Península en sus redes sociales.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Diversificación de contenidos.	Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia.	En la programación de La Voz de la Península ha encontrado programas que le resultan relevantes.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Frecuencia de publicación	Promedio de publicaciones diarias.	Es importante que el medio La Voz de la Península actualice sus redes a diario.						X		X		X		X		Aplicar sin observaciones

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES	
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	Aplicar observaciones	sin
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100	Aplicar observaciones	sin
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100	Aplicar observaciones	sin
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	Aplicar observaciones	sin
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100	Aplicar observaciones	sin
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100	Aplicar observaciones	sin
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100	Aplicar observaciones	sin
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100	Aplicar observaciones	sin
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100	Aplicar observaciones	sin

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
-----------	-----

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Briones Tigrero Penélope Gianella		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Cuestionario - Escala de Likert	
Objetivo:	Medir el grado de aceptación y valoración de la audiencia respecto a los contenidos de la emisora La Voz de la Península en su página de Facebook.	
Dirigido a:	Habitantes del cantón Santa Elena	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.	
Documento de identidad:	0913799457	
Grado académico:	Doctor, PhD	
Especialidad:	Docente Investigador	
Experiencia profesional (años):	25 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
	x	
Sugerencia:		

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.

Objetivo: Comprender percepciones y experiencias de La Voz de la Península sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales en su proceso de mediamorfosis.

Entrevistado 1: Milton Jimmy Pinoargote

Parra

Cargo: Director de La Voz de la Península

Especialidad: Licenciado en comunicación social.

Entrevistador: Penélope Briones

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable independiente: La mediamorfosis	¿De qué manera la incorporación de nuevas plataformas digitales ha influido en la programación de La Voz de la Península?		
	¿Cómo ha gestionado La Voz de la Península la adaptación de sus contenidos para el formato y dinámicas de las redes sociales, en la migración al medio digital?		
	¿Qué ventajas o desventajas identifica en la estrategia de combinar medios tradicionales y digitales para la difusión de contenidos de La Voz de la Península?		
	¿En qué medida considera que la digitalización ha contribuido a la incorporación de nuevas audiencias que antes estaban fuera del alcance de la emisora?		
	¿Qué desafíos ha enfrentado La voz de la Península en su manejo de redes sociales, transmisiones en vivo o edición digital?		
Variable dependiente:	¿Qué tipos de formatos de contenido utiliza La Voz de la Península en sus redes sociales para fortalecer su presencia digital?		

La integración en las redes sociales	¿La Voz de la Península cuenta con una planificación o estrategia definida para la gestión y publicación de contenidos en sus redes sociales?		
	¿Considera que los comentarios, compartidos y reacciones de los seguidores a su contenido, reflejan el verdadero impacto del medio en redes sociales?		
	¿Cómo ha contribuido la diversificación de los programas de La Voz de la Península a captar la atención de audiencias con distintos intereses en redes sociales?		
	¿De qué manera gestiona La voz de la península la frecuencia de publicaciones en redes sociales y como se asegura de mantener ese ritmo?		



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.										
AUTOR:		Briones Tigrero Penélope Gianella										
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable independiente: La mediamorfosis	Adaptación tecnológica.	Implementación de nuevas plataformas digitales.	¿De qué manera la incorporación de nuevas plataformas digitales ha influido en la programación de La Voz de la Península?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Producción digital.	Adaptación de los contenidos para las redes sociales.	¿Cómo ha gestionado La Voz de la Península la adaptación de sus contenidos para el formato y dinámicas de las redes sociales, en la migración al medio digital?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Convergencia mediática.	Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales.	¿Qué ventajas o desventajas identifica en la estrategia de combinar medios tradicionales y digitales para la difusión de contenidos de La Voz de la Península?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Expansión de alcance	Diversidad de audiencia.	¿En qué medida considera que la digitalización ha contribuido a la incorporación de nuevas audiencias que antes estaban fuera del alcance de la emisora?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Alfabetización digital	Dominio de herramientas digitales	¿Qué desafíos ha enfrentado La voz de la Península en su manejo de redes sociales, transmisiones en vivo o edición digital?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	Contenido digital.	Formatos en videos, imágenes y transmisiones.	¿Qué tipos de formatos de contenido utiliza La Voz de la Península en sus redes sociales para fortalecer su presencia digital?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Estrategia comunicacional	Planificación y campañas en redes sociales.	¿La Voz de la Península cuenta con una planificación o estrategia definida para la gestión y publicación de contenidos en sus redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Interacción social.	El número de reacciones, compartidos y comentarios.	¿Considera que los comentarios, compartidos y reacciones de los seguidores a su contenido, reflejan el verdadero impacto del medio en redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Diversificación de contenidos.	Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia.	¿Cómo ha contribuido la diversificación de los programas de La Voz de la Península a captar la atención de audiencias con distintos intereses en redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Frecuencia de publicación	Promedio de publicaciones diarias.	¿De qué manera gestiona La voz de la península la frecuencia de publicaciones en redes sociales y como se asegura de mantener ese ritmo?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES					
		0 - 20	21 - 40	41 - 60	61 - 80	81 - 100	0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71		76	81	86	91	96
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																								100	Aplicar observaciones	sin
2. Objetividad	Expresa conductas observables																								100	Aplicar observaciones	sin
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																								100	Aplicar observaciones	sin
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																								100	Aplicar observaciones	sin
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																								100	Aplicar observaciones	sin
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																								100	Aplicar observaciones	sin
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																								100	Aplicar observaciones	sin
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																								100	Aplicar observaciones	sin
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																								100	Aplicar observaciones	sin

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
-----------	-----

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Briones Tigreiro Penélope Gianella		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Comprender percepciones y experiencias de La Voz de la Península sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales en su proceso de mediamorfosis.	
Dirigido a:	Director de la emisora	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.	
Documento de identidad:	0913799457	
Grado académico:	Doctor, PhD	
Especialidad:	Docente Investigador	
Experiencia profesional (años): 25 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
	X	
Sugerencia:		

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.

Objetivo: Comprender percepciones y experiencias de La Voz de la Península sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales en su proceso de mediamorfosis.

Entrevistado 2: Gregory Peter Santamaría Romero


Cargo: Docente de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Especialidad: Licenciado en comunicación social / Magister

Entrevistador: Penélope Briones

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable independiente: La mediamorfosis	¿Cómo interpreta el cambio que ha tenido La Voz de la Península al incorporar plataformas digitales para su transmisión?		
	¿Qué tan importante considera que es adaptar el contenido radial al lenguaje y formato de redes sociales y hacer presencia en el entorno comunicativo?		
	¿De qué manera la hibridación de formatos tradicionales y digitales ha incidido en los contenidos periodísticos de La Voz de la Península?		
	¿Qué estrategias considera efectivas para que La Voz de la Península logre segmentar y atraer a diversos tipos de audiencia en el entorno digital?		
	¿Qué papel juega la alfabetización digital en el proceso de adaptación de la emisora radial a redes sociales?		
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	¿Qué factores cree que debe tomar en cuenta La Voz de la Península al momento de crear contenido audiovisual para redes sociales?		
	¿Qué elementos considera claves en una planificación estratégica para que La Voz de la Península tenga presencia efectiva en sus redes sociales?		
	¿Qué factores cree que motivan a los seguidores de La Voz de la Península a interactuar con los contenidos que publica la emisora?		

¿Considera importante que La Voz de la Península genere contenidos según los intereses específicos de su audiencia digital?		
¿Qué valor le atribuye a la frecuencia de publicación en redes sociales para mantener la relevancia de La Voz de la Península?		



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 091372925

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.										
AUTOR:		Briones Tigrero Penélope Gianella										
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUCIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCION DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable independiente: La mediamorfosis	Adaptación tecnológica.	Implementación de nuevas plataformas digitales.	¿Cómo interpreta el cambio que ha tenido La Voz de la Península al incorporar plataformas digitales para su transmisión?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Producción digital.	Adaptación de los contenidos para las redes sociales.	¿Qué tan importante considera que es adaptar el contenido radial al lenguaje y formato de redes sociales y hacer presencia en el entorno comunicativo?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Convergencia mediática.	Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales.	¿De qué manera la hibridación de formatos tradicionales y digitales ha incidido en los contenidos periodísticos de La Voz de la Península?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Expansión de alcance	Diversidad de audiencia.	¿Qué estrategias considera efectivas para que La Voz de la Península logre segmentar y atraer a diversos tipos de audiencia en el entorno digital?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Alfabetización digital	Dominio de herramientas digitales	¿Qué papel juega la alfabetización digital en el proceso de adaptación de la emisora radial a redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	Contenido digital.	Formatos en videos, imágenes y transmisiones.	¿Qué factores cree que debe tomar en cuenta La Voz de la Península al momento de crear contenido audiovisual para redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Estrategia comunicacional	Planificación y campañas en redes sociales.	¿Qué elementos considera claves en una planificación estratégica para que La Voz de la Península tenga presencia efectiva en sus redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Interacción social.	El número de reacciones, compartidos y comentarios.	¿Qué factores cree que motivan a los seguidores de La Voz de la Península a interactuar con los contenidos que publica la emisora?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Diversificación de contenidos.	Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia.	¿Considera importante que La Voz de la Península genere contenidos según los intereses específicos de su audiencia digital?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Frecuencia de publicación	Promedio de publicaciones diarias.	¿Qué valor le atribuye a la frecuencia de publicación en redes sociales para mantener la relevancia de La Voz de la Península?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones

La Libertad 19 de mayo del 2025

Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES	
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	Aplicar observaciones	sin
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100	Aplicar observaciones	sin
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100	Aplicar observaciones	sin
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	Aplicar observaciones	sin
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100	Aplicar observaciones	sin
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100	Aplicar observaciones	sin
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100	Aplicar observaciones	sin
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100	Aplicar observaciones	sin
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100	Aplicar observaciones	sin

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
-----------	-----

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Briones Tigero Penélope Gianella		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Comprender percepciones y experiencias de La Voz de la Península sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales en su proceso de mediamorfosis.	
Dirigido a:	Licenciado en comunicación	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.	
Documento de identidad:	0913799457	
Grado académico:	Doctor, PhD	
Especialidad:	Docente Investigador	
Experiencia profesional (años): 25 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
	X	
Sugerencia:		

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
 C.I: 0913729257

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.

Objetivo: Comprender percepciones y experiencias de La Voz de la Península sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales en su proceso de mediamorfosis.

Entrevistado 3: Bryan Arturo Tómalá Fiallos

Cargo: Seguidor de la emisora

Especialidad: Abogado

Entrevistador: Penélope Briones

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable independiente: La mediamorfosis	¿Considera que fue necesario para la Voz de la Península adoptar herramientas digitales como Facebook?		
	¿Cree que el contenido que comparte La Voz de la Península es dinámico o atractivo en sus transmisiones por plataformas digitales?		
	¿Prefiere escuchar la emisora por medio de señal de radio o por redes sociales? ¿Por qué?		
	¿Considera que el uso de redes sociales ha permitido que La Voz de la Península llegue a un público más amplio?		
	¿Cómo evalúa el manejo que tiene La Voz de la Península en redes sociales?		
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	¿Cómo describirías la calidad o el estilo de los videos e imágenes que publica La Voz de la Península?		
	¿Le parece que el contenido que publica La Voz de la Península tiene un objetivo claro, como informar, entretener o promover algo en particular?		
	¿Se siente motivado a interactuar con los contenidos publicados por La Voz de la Península en sus redes sociales?		
	¿Siente que el contenido en redes de La Voz de la Península se ajusta a sus intereses? ¿Por qué?		

¿Considera que la frecuencia de sus publicaciones ayuda mantenerte conectado con La Voz de la Península o pierde relevancia?		
--	--	--



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.										
AUTOR:		Briones Tigreiro Penélope Gianella										
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCION DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable independiente: La mediamorfosis	Adaptación tecnológica.	Implementación de nuevas plataformas digitales.	¿Considera que fue necesario para la Voz de la Península adoptar herramientas digitales como Facebook?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Producción digital.	Adaptación de los contenidos para las redes sociales.	¿Cree que el contenido que comparte La Voz de la Península es dinámico o atractivo en sus transmisiones por plataformas digitales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Convergencia mediática.	Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales.	¿Prefiere escuchar la emisora por medio de señal de radio o por redes sociales? ¿Por qué?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Expansión de alcance	Diversidad de audiencia.	¿Considera que el uso de redes sociales ha permitido que La Voz de la Península llegue a un público más amplio?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Alfabetización digital	Dominio de herramientas digitales	¿Cómo evalúa el manejo que tiene La Voz de la Península en redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	Contenido digital.	Formatos en videos, imágenes y transmisiones.	¿Cómo describirías la calidad o el estilo de los videos e imágenes que publica La Voz de la Península?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Estrategia comunicacional	Planificación y campañas en redes sociales.	¿Le parece que el contenido que publica La Voz de la Península tiene un objetivo claro, como informar, entretener o promover algo en particular?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Interacción social.	El número de reacciones, compartidos y comentarios.	¿Se siente motivado a interactuar con los contenidos publicados por La Voz de la Península en sus redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Diversificación de contenidos.	Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia.	¿Siente que el contenido en redes de La Voz de la Península se ajusta a sus intereses? ¿Por qué?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Frecuencia de publicación	Promedio de publicaciones diarias.	¿Considera que la frecuencia de sus publicaciones ayuda mantenerte conectado con La Voz de la Península o pierde relevancia?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoras Dávalos, PhD.
Juez Experto
 C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES		
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100						
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100			
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	Aplicar observaciones	sin	
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					100	Aplicar observaciones	sin
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					100	Aplicar observaciones	sin
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					100	Aplicar observaciones	sin
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					100	Aplicar observaciones	sin
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					100	Aplicar observaciones	sin
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					100	Aplicar observaciones	sin
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					100	Aplicar observaciones	sin
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					100	Aplicar observaciones	sin

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
-----------	-----

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Briones Tigero Penélope Gianella		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Comprender percepciones y experiencias de La Voz de la Península sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales en su proceso de mediamorfosis.	
Dirigido a:	Seguidor del medio en redes sociales	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.	
Documento de identidad:	0913799457	
Grado académico:	Doctor, PhD	
Especialidad:	Docente Investigador	
Experiencia profesional (años): 25 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
	X	
Sugerencia:		

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
 C.I: 0913729257

INSTRUMENTO

Técnica: Observación

Instrumento: Matriz de categorización

Tema: La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.

Objetivo: Analizar el proceso de mediamorfosis y la integración de contenidos digitales en la cuenta de Facebook de la emisora La Voz de la Península, a través de una observación estructurada que permita identificar las estrategias comunicacionales, los formatos utilizados y el nivel de interacción con las audiencias digitales.

Variable	Categoría	Indicador	Criterio de análisis	Opciones de registro	Registro del investigador	Observación del investigador
Variable independiente: La mediamorfosis	Presencia en Facebook	Implementación de nuevas plataformas digitales	¿La página está activa?			
	Correcta adaptación	Adaptación de los contenidos para las redes sociales.	¿Las publicaciones están correctamente adaptadas a las redes sociales?			
	Transmisiones en vivo	Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales.	¿Se realizan transmisiones radiales por Facebook?			
	Público diverso	Diversidad de audiencia.	¿Publican para distintos tipos de público?			
	Calidad en audio y video	Dominio de herramientas digitales.	¿Las imágenes, audio y video son de buena calidad?			
Variable dependiente	Diversidad de formatos	Formatos en videos, imágenes y transmisiones.	¿Publican en diferentes formatos?			

Organización de publicaciones	Planificación y campañas en redes sociales.	¿Se nota planificación en el contenido?			
Interacción del público	El número de reacciones, compartidos y comentarios.	¿Cuántos comentarios, me gusta, y compartidos tienen sus publicaciones?			
Oferta de contenidos	Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia.	¿Los temas responden a intereses variados?			
Frecuencia de actividad	Promedio de publicaciones diarias.	¿La actividad es constante?			



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.										
AUTOR:		Briones Tigrero Penélope Gianella										
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable independiente: La mediamorfosis	Adaptación tecnológica.	Implementación de nuevas plataformas digitales.	¿La página está activa?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Producción digital.	Adaptación de los contenidos para las redes sociales.	¿Las publicaciones están correctamente adaptadas a las redes sociales?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Convergencia mediática.	Uso simultáneo de formatos tradicionales y digitales.	¿Se realizan transmisiones radiales por Facebook?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Expansión de alcance	Diversidad de audiencia.	¿Publican para distintos tipos de público?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Alfabetización digital	Dominio de herramientas digitales	¿Las imágenes, audio y video son de buena calidad?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
Variable dependiente: La integración en las redes sociales	Contenido digital.	Formatos en videos, imágenes y transmisiones.	¿Publican en diferentes formatos?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Estrategia comunicacional	Planificación y campañas en redes sociales.	¿Se nota planificación en el contenido?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Interacción social.	El número de reacciones, compartidos y comentarios.	¿Cuántos comentarios, me gusta, y compartidos tienen sus publicaciones?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Diversificación de contenidos.	Existencia de diversos programas según intereses de la audiencia.	¿Los temas responden a intereses variados?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones
	Frecuencia de publicación	Promedio de publicaciones diarias.	¿La actividad es constante?	X		X		X		X		Aplicar sin observaciones

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES	
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	Aplicar observaciones	sin
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100	Aplicar observaciones	sin
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100	Aplicar observaciones	sin
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	Aplicar observaciones	sin
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100	Aplicar observaciones	sin
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100	Aplicar observaciones	sin
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100	Aplicar observaciones	sin
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100	Aplicar observaciones	sin
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100	Aplicar observaciones	sin

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
-----------	-----

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Briones Tigreiro Penélope Gianella		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz De La Península en el cantón Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Comprender percepciones y experiencias de La Voz de la Península sobre la adaptación tecnológica y el uso estratégico de redes sociales en su proceso de mediamorfosis.	
Dirigido a:	Seguidor del medio en redes sociales	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.	
Documento de identidad:	0913799457	
Grado académico:	Doctor, PhD	
Especialidad:	Docente Investigador	
Experiencia profesional (años):	25 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
	X	
Sugerencia:		

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

Anexo 3

Aplicación de la entrevista al director de la emisora La Voz de la Península.



Anexo 4

Aplicación de entrevista al Licenciado en Comunicación.



Anexo 5

Realización de la entrevista al seguidor de La Voz de la Península por medio de zoom.



Anexo 6

Herramienta que se utilizó para realizar las encuestas.

Formulario sin título

Preguntas Respuestas **225** Configuración

Este formulario no admite respuestas. Gestionar

Mediamorfosis y la integración en las redes sociales de La Voz de la Península en el cantón Santa Elena

B I U

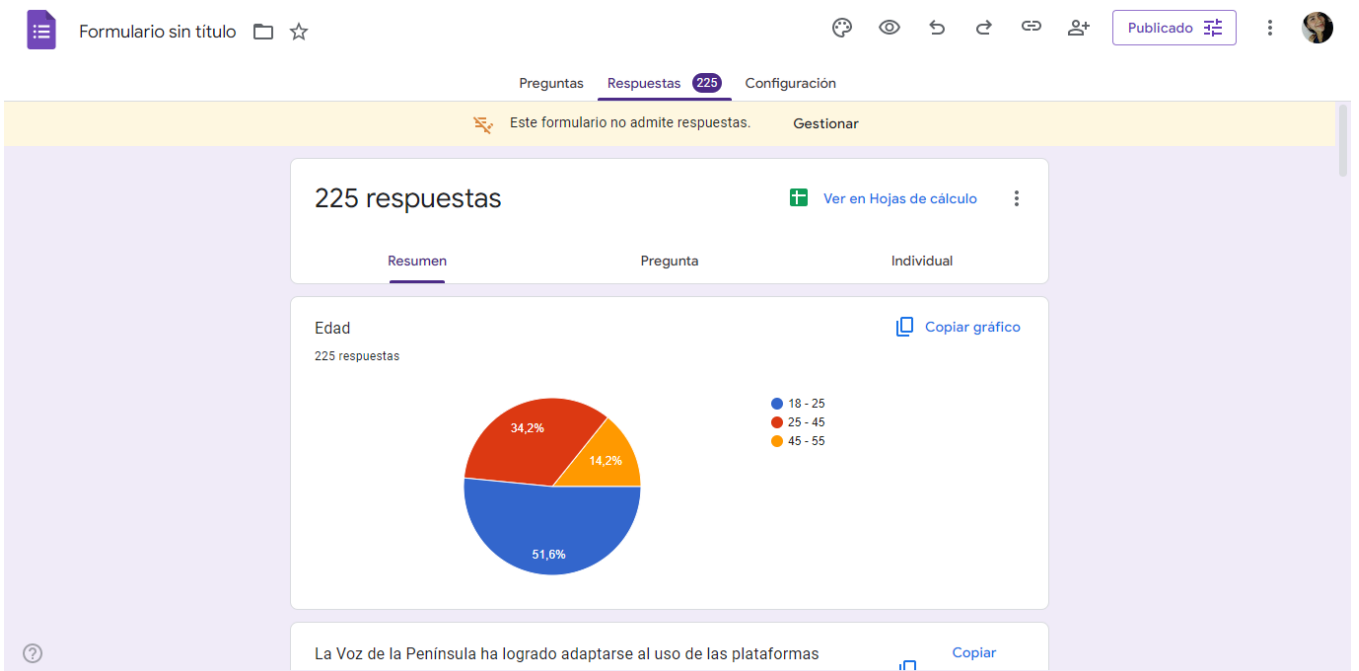
El presente formulario tiene el objetivo de medir el grado de aceptación y valoración de la audiencia respecto a los contenidos que comparte la emisora La Voz de la Península en redes sociales.

Edad *

18 - 25

25 - 45

45 - 55



Anexo 7
Tutorías con el docente tutor.

