



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TITULO DE ENSAYO

Medios radiales tradicionales y medios digitales en la audiencia de la
provincia de Santa Elena

AUTOR

Ec. Karina Zamarcanda Von Lippke Muñoz, Mba

**TRABAJO DE TITULACIÓN
Previo a la obtención del grado académico en
MAGISTER EN COMUNICACIÓN**

TUTOR

Lic. Ángel Matamoros Dávalos, Mgt

Santa Elena, Ecuador Año 2022



UPSE

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

**Lic. Paola Cortez Clavijo, MSc.
COORDINADORA DEL
PROGRAMA**

**Lic. Ángel Matamoros Dávalos, Msc.
TUTOR**

**Lic. Lilian Molina Benavides, PhD.
ESPECIALISTA**



Firmado electrónicamente por:
**DANILO EDUARDO
VILLARROEL
SILVA**

**Lic. Danilo Villarroel Silva, MSc.
ESPECIALISTA**

**Abg. Coronel Ortiz Víctor, MSc.
SECRETARIO GENERAL
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por la Ec. Karina Zamarcanda Von Lippke Muñoz, Mba, como requerimiento para la obtención del título de Magister en Comunicación.

TUTOR

Lic. Ángel Matamoros Dávalos, Mgt

7 días del mes de julio de año 2022



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ec. Karina Zamarcanda Von Lippke Muñoz, Mba

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, Medios radiales tradicionales y Medios digitales en la audiencia la Provincia de Santa Elena, previo a la obtención del título en Magister en Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Santa Elena, a los 7 días del mes de julio del año 2022

EL AUTOR

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "K. Von Lippke", is written over a horizontal line.

Ec. Karina Von Lippke, MBA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Ec. Karina Zamarcanda Von Lippke Muñoz, Mba

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Medios radiales tradicionales y Medios digitales en la audiencia de la Provincia de Santa Elena cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Santa Elena, a los 7 días del mes de julio de año 2022

EL AUTOR

Ec. Karina Von Lippke, MBA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

Certificación de Anti plagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Medios radiales tradicionales y Medios digitales en la audiencia de la provincia de santa elena, presentado por el estudiante, Ec. Karina Von Lippke Muñoz, Mba fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 4%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

Document Information

Analyzed document	KARINA ZAMARCANCA VON LIPPKE MUÑOZ.docx (D141551754)
Submitted	2022-07-01 05:36:00
Submitted by	Matamoros Dávalos Ángel Alberto
Submitter email	amatamorcs@upse.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	amatamorcsupse@analysisurkund.com

TUTOR

Lcdo. Ángel Matamoros Dávalos, Mgt

AGRADECIMIENTO

A Dios, que es inspiración en nuestra vida, A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que se ha esforzado por elegir los mejores maestros para impartir en nosotros educación de calidad.

Karina Zamarcanda Von Lippke Muñoz

DEDICATORIA

A mi esposo Walter, a mis hijos Emilia y Paolo quienes con su amor y apoyo incondicional hicieron posible concluir este proyecto, a mi madre Ruth, por su entrega y sacrificio, a mi padre Herrmann quien fué un gran ejemplo, por inculcarme el amor por ésta profesión y a toda mi familia que serán siempre mi fuente de inspiración.

Karina Zamarcanda Von Lippke Muñoz

ÍNDICE GENERAL

Contenido

TITULO DEL ENSAYO	I
TRIBUNAL DE GRADO.....	II
CERTIFICACIÓN.....	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
AUTORIZACIÓN	V
Certificación de Antiplagio	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA.....	VIII
RESUMEN, Abstract	X
INTRODUCCIÓN	2
DESARROLLO	4
TEORIZACION DE LA INVESTIGACION.....	7
RESULTADOS	16
CONCLUSIÓN	17
Referencias	18
Anexos	21

Resumen

El principal propósito de este estudio de caso es analizar a los medios radiales tradicionales y medios digitales en la audiencia de la provincia de Santa Elena, su convivencia, su relación y su impacto en la sociedad peninsular, para hacer este contraste debemos conocer la definición de los medios de comunicación social radiales tradicionales que se encuentra en la Ley Orgánica de Comunicación que es la ley que regula esta actividad, el marco normativo obligatorio de las radios tradicionales que son las que usan una frecuencia en el espectro radioeléctrico y están controladas y normadas por el estado. Al mismo tiempo debemos conocer el funcionamiento de las redes sociales en particular Facebook, esta es la red preferida en la Provincia de Santa Elena, su normativa y características, al conocer estos dos medios podemos contrastar fortalezas y debilidades, conocer cuál es su naturaleza, su audiencia y descubrir su relación y convivencia.

Palabras claves: Radio, Regulaciones, redes sociales, Facebook, fake news

Abstract

The main purpose of this case study is to analyze traditional radio and digital media for the province of Santa Elena, their coexistence, their relationship, and their impact on peninsular society. To illustrate this contrast, we must first know the definition of traditional media found in the Organic Law of Communication, i.e., the mandatory regulatory framework of traditional radios that use a frequency in the radio spectrum and are controlled and regulated by the state. At the same time, we must know the importance of social networks — in particular Facebook — the preferred network in Santa Elena, its regulations and characteristics. By knowing these two types of media, we can contrast their strengths and weaknesses, understand both the audiences and how the platforms work, and discover their relationship and coexistence in Santa Elena.

Keywords: Radio, Regulations, social networks, facebook, fake news

INTRODUCCIÓN

En este estudio de caso se pretende analizar a los medios radiales tradicionales y los medios digitales en la audiencia de la Provincia de Santa Elena, en tal sentido, en los últimos cinco años hemos sido testigos de una efervescencia de las redes sociales, la más popular es facebook. ésta plataforma ha permitido que sus usuarios puedan utilizarla como un medio de expresarse y comunicarse, algunos de ellos generan contenido de interés noticioso e informativo o para compartir cualquier evento de interés de la comunidad local, es así como han crecido una gran lista de comunicadores empíricos que publican y generan información local, estos comunicadores se autodenominan medios de comunicación social a pesar de que no están incluidos como tales en la definición en el art. 5 de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador.

Este fenómeno ha ocurrido en la Provincia de Santa Elena, y en todo el país, su influencia ha tenido un importante impacto en la sociedad urbana de Santa Elena. Por lo tanto, se ha considerado de fundamental relevancia el análisis de la influencia de los medios radiales tradicionales y los medios digitales en la audiencia de la provincia de Santa Elena.

En este estudio de caso se conocerán las características principales de estos dos tipos de medios, el alcance de cada uno, con lo que se comprenderá cuáles son las diferencias y como pueden vincularse para crear contenido responsable y en un marco ético para producir un impacto e influencia positiva en la audiencia de la provincia. Al mismo tiempo se analizarán las obligaciones y responsabilidades que implica la amplia normativa que tienen los medios radiales tradicionales, que vendría a ser su principal desventaja. Sin embargo, existen también algunas características que se consideraran ventajas, por lo tanto, existe una estrecha relación en estos dos medios.

Con este estudio de caso se identificará como conviven en la sociedad peninsular, describirá lo positivo y negativo de esta relación, y como influyen en la vida cotidiana de la familia peninsular. Se considerará importante identificar las diferencias de estas dos formas de comunicarnos e informarnos para lograr la influencia positiva que queremos generar en la comunidad.

Para establecer estas características se debe conocer y comprender claramente primero como define en las leyes ecuatorianas a los medios de comunicación social, además se identificarán los peligros de la desinformación, la producción de noticias falsas y la creación de perfiles falsos o trolls para objetivos específicos en los autodenominados medios de comunicación social (páginas de Facebook).

Se entenderán las debilidades y desventajas para lograr generar información ética y responsable que cumpla con las leyes y normativas obligatorias de los medios radiales tradicionales de esta forma se construirá contenido profesional y de calidad. Finalmente, el beneficiario será la audiencia de la Provincia de Santa Elena y los usuarios de esta red social que podrán reconocer información veraz y de calidad, con este conocimiento las decisiones de la sociedad generarán progreso y desarrollo a la sociedad peninsular.

En la comunidad científica también se conseguirá un aporte importante al describir estos medios que servirá como insumo para futuras investigaciones que busquen la vinculación y convivencia de los medios digitales (autodenominados) con los medios radiales tradicionales en la provincia de Santa Elena.

La línea general de investigación de este estudio de casos es Medios de Comunicación y el componente es Impacto de la Comunicación Radial.

La metodología que se va a utilizar en la presente investigación tiene dos vertientes una es la parte objetiva o científica y la subjetiva o narrativa. La primera se enfoca en la epistemología de los contenidos y fuentes relacionados con los hechos a investigar y la segunda parte, y fundamental es la subjetiva donde se pretende analizar y en ciertas ocasiones contrastar con juicios de valor y opiniones. En tal razón se utilizará la investigación documental y bibliográfica para el enfoque epistemológico y para el desarrollo de las opiniones nos basaremos en las técnicas de la observación y del análisis y síntesis.

La estructura del trabajo investigativo se conforma de una primera parte que lleva la introducción, la segunda parte que tiene el desarrollo que se conforma del estado del arte, aspectos metodológicos y el análisis y discusión de resultados y la tercera parte que lleva las conclusiones, referencias y anexos.

DESARROLLO

Estado del arte

A continuación, este apartado mostrara varios estudios realizados en diferentes contextos sobre la temática de los medios radiales tradicionales y los medios digitales, en investigaciones previas sobre todo lo que tiene que ver con los medios radiales tradicionales y como se han relacionado con las noticias que se producen en redes sociales (Facebook).

Este estado del arte permite al investigador tener una percepción global sobre la innovación en los medios radiales a partir del análisis que permitirá tener una hoja de ruta de investigación del presente ensayo.

Cebrián (2018:31) afirma en La Radio en la convergencia multimedia, lo siguiente:

En este entorno, la radio ocupa un lugar privilegiado para mantenerse de manera competitiva y de servicio a la sociedad. Sigue siendo el medio más implantado en las sociedades desarrolladas y subdesarrolladas, el de mayor penetración mundial. Es un medio de bajo costo en la red técnica, en la producción y en la difusión. y, sobre todo, sigue siendo el medio gratuito para llegar a todos.

Al respecto, incluso en las ciudades más desarrolladas del mundo la radio sigue teniendo un gran posicionamiento en el acompañamiento de las personas y familias, una de las fortalezas más importantes es su gratuidad y la facilidad con que llegan sus ondas por aire.

Para Suárez-Villegas (2015:394) en su estudio Nuevas Tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales afirma lo siguiente:

“La información de los medios digitales se considera más profusa y actualizada, pero corre el riesgo del sensacionalismo y de no diferenciar lo banal y lo importante”

En tal sentido, se identifica que la fortaleza de las redes sociales corre riesgos reales como la no verificación de la información y caer en errores como la creación de

noticias falsas incluso de manera deliberada por lo que se crean perfiles falsos y en el afán de aprovechar la inmediatez podrían tener consecuencias negativas en la audiencia.

García Amorós (2018:6) afirma en Fake news la verdad de las noticias falsas lo siguiente:

Sin duda, vivimos tiempos inmediatos, y en esta época, en el mundo de la información importa más ser los primeros que los más certeros y las redes sociales nos empujan a ello, y parece que nos lo ponen muy fácil. En este hábitat germinan fantásticamente las fake news. A ellas les va de maravilla que todo vaya de prisa porque su objetivo es viralizarse antes de que alguien dé la alerta y destape el bulo.

De eso se desprende, que la inmediatez, y el afán por la primicia de las redes sociales provocan la producción de fake news que pueden producir gran daño a las personas y a las sociedades y que existen usuarios que crean estas noticias de manera intencionada y con el objetivo de confundir y desinformar a la comunidad con objetivos específicos que pueden ser políticos o económicos, al utilizar perfiles falsos las personas e instituciones afectadas no pueden defenderse utilizando las leyes o de ninguna otra forma.

Zurita (2021:14) afirma en Redes sociales y vulneración de derechos constitucionales lo siguiente:

Existen muchas definiciones y teorías sobre lo que son y no son las redes sociales, pero existe poco consenso sobre las mismas todavía. La mayoría de autores coincide en que una red social es: "un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido, y crear comunidades", o como una herramienta de "democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos".

Por lo tanto, al entender esta definición se podrán encontrar las diferencias entre un medio de comunicación regulado y una red social no regulada, encontrando que sus canchas de juego son diferentes, aunque pueden coincidir en sus objetivos, su audiencia es diferente, aun así, se puede lograr una relación positiva si se comparten objetivos comunes.

Costales (2013:113) afirma en Medios Digitales en Ecuador Cuantos son y que hacen lo siguiente:

El creciente acceso a internet y la rápida adopción de nuevas tecnologías en Ecuador han modificado muchos aspectos de la vida cotidiana. La comunicación, el entretenimiento, pero sobre todo el acceso a la información son aspectos que han sufrido modificaciones importantes.

En este mismo contexto, debemos entender que el internet y la tecnología han modificado significativamente la vida de las personas y los medios radiales tradicionales de la provincia de Santa Elena deberán modificar su manera de informar, entretener y acompañar a sus radioescuchas, ir hacia la digitalización, aceptar que la comunicación actual es de doble vía, la retroalimentación es inmediata, interactiva y eso es positivo a la hora de interactuar, debe ser aceptada y comprendida.

Estos estudios internacionales y nacionales serán de utilidad como fuente para documentar el problema identificado en la provincia de Santa Elena de esta forma constituye un importante insumo para sustentar este estudio de caso comprendiendo con otros estudios como se relacionan con la creación de contenido y de información en los medios radiales de la provincia de Santa Elena. Debemos comprender su naturaleza. Las familias peninsulares merecen estar bien informadas y recibir información verificada y contrastada, que los comunicadores empíricos estén capacitados y conozcan la responsabilidad e importancia de su trabajo y lograr que las facilidades que nos da la tecnología en la actualidad se reviertan en historias que mejoren la vida de las personas.

Teorización de la investigación

Medios radiales tradicionales

Como afirma Burgos, (2019:1)

Los medios de comunicación tradicionales son aquellos que se expiden por un emisor y se recogen de manera similar por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce como la televisión, la radio, y el periódico, asumiendo como objetivos informar, formar, y entretener. Debido a la aparición del internet estos se vieron obligados a migrar a las redes, con toda la gama de beneficios que brindan, ya que lo digital posee todos los formatos de información tales como: Texto, video, audio, gráficos, fotografías, animaciones, convirtiéndose así en lo que en la actualidad conocemos como "cibermedios", de la misma manera semeja a términos como "medios de comunicación digitales", "diarios electrónicos", "periódicos en red".

Según el portal educativo sobre la radio, este medio de comunicación tiene características específicas que son las siguientes:

La radio está caracterizada como un medio de comunicación masivo que llega al oyente de forma personal "de tú a tú"; ofrece un cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia; es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales y es un medio selectivo y flexible

Delgado (2018:4) Se puede decir que es una herramienta comunicativa muy potente y por ello es definida como:

Medio de comunicación que se caracteriza por su profundo impacto social y por su variedad de lenguaje. Es el medio de lo invisible, ya que el oyente no cuenta con el apoyo visual para comprender el mensaje, por lo que hay que buscar la imagen sonora, la creación de evocaciones en la mente del que escucha (Proyecto Cíceros, 2007, p1)

Holgado (2010) citado en Villamizar (2013) complementa que:

La radio construye pertenencia a una comunidad, a un barrio a un país. La radio construye encuentro. La radio nos comunica y construye puentes solidarios. La radio recupera la palabra para hacerla colectiva, porque todos tenemos algo que decir, porque todos tenemos derecho a hacernos oír (p.50).

Ventajas y Desventajas de la Radio tradicional.

Delgado (2018:6) A las características se suman las ventajas y desventajas del medio.

Según Villamizar (2013) las principales ventajas que tiene la radio son:

- Llega donde no llega ningún otro; con un pequeño receptor de radio es posible estar conectado desde cualquier lugar del mundo.
- Ingresa con facilidad: está a la mano de la gente.
- En varios lugares a la vez: es omnipresente. No distingue clase social.

Sobre las desventajas, el mismo Villamizar (2013) explica:

- Mensaje Fugaz: el mensaje desaparece en la medida que es presentado.
- Depende de un sentido: se basa en la audición, por lo que los lapsos de atención del oyente son breves.
- Ausencia de interlocutor: no estamos frente al público.
- En una sola dirección: se dirige el mensaje del emisor al receptor.

Alcance de la Radio tradicional

Delgado (2018:4) La radio en el devenir del tiempo se ha convertido en la compañera fiel de sus audiencias, las cuales han encontrado en ella educación, cultura y entretenimiento. Su potencialidad, su capacidad de penetración y su credibilidad han impactado profundamente en las sociedades de cada época. Ella ha logrado imponer su actualidad a pesar de las múltiples voces que han presagiado su desaparición.

Regulaciones de los medios radiales tradicionales

De acuerdo a la (Real Academia Española, 2022) regular significa: Determinar las reglas o normas a que debe ajustarse alguien o algo.

(Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, Art. 5, 2019)

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.

Noticias verificadas y contrastadas.

Según Gómez (2019: 1) define las noticias verificadas y contrastadas como: "Solo el "buen periodismo", ofreciendo información veraz, contrastada y verificada, generará una opinión pública crítica capaz de diferenciar el "ruido semántico" de la información de interés público. "

(Ley Orgánica de Comunicación, Art. 22, 2019)

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística. (...) Nota: Título de artículo reformado por artículo 15 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019.

Medios digitales

Las definiciones de los medios digitales (Morante,2020:08) se afirma lo siguiente:

La comunicación digital o New-media se desarrolla en un mundo interconectado por internet que se encuentra formado por ciudadanos digitales que se denominan “usuarios”. Esta interconexión de los usuarios (receptores) transforma de manera sustancial la forma en cómo se desarrolla este proceso de emisión de mensajes, debido a que adhiere como valor agregado la interacción. Que quiere decir esto que, con los nuevos medios de comunicación, no solo se consigue transmitir un mensaje o idea, sino que también se consigue interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectados en la red.

Ventajas y desventajas de los medios digitales

Las ventajas de los medios digitales (Morante,2020:8) son:

La investigadora muestra con claridad diferencias existentes entre los medios de comunicación tradicionales y los medios de comunicación digitales:

Entre las principales diferencias figuran que el medio digital también conocido como New-media, se desarrolla a través del internet lo cual le permite una mejor interacción con los usuarios, algo que los medios de comunicación tradicionales no tienen, lo cual les da ventajas y gran aceptación en la búsqueda de contenido.

(Morante,2020:14) Una de las grandes ventajas que tienen los medios digitales es la de presentar contenido multimedia, esto es, texto acompañado de imágenes, audio y videos, lo cual lo convierte en un medio muy llamativo para el lector, algo que a los medios tradicionales se les complica más por los tiempos que se toman en producirlos.

Las desventajas de los medios digitales (Morante,2020:12) son:

Los medios digitales ayudaron a mejorar la velocidad con la que la información era transmitida a las personas, evitando las barreras del tiempo y el espacio, optimizando recursos, sin embargo, la facilidad con que las personas podían obtener esta información

y compartirla conllevó otro problema, y es que muchas ocasiones los usan de malas maneras para desinformar evitando así la seguridad de la información.

La comunicación social debe de priorizar el respeto al lector o al seguidor del medio comunicativo, y este respeto se basa en la verdad de la información tal cual es, sin parcialidad, algo que los medios digitales muchos de ellos al ser manejados por personas sin estudios superiores en la rama de la comunicación social no conocen y convierten a la comunicación en una fuente de desinformación

Alcance de los medios digitales

El alcance de los medios digitales

Para Castro y Ponce de León (2018:433)

Atractivos contextos de comunicación e intercambio de información que suponen un gran impacto en la sociedad por su rapidez en la difusión y accesibilidad desde cualquier lugar del mundo.

Red Social Facebook

Para Llamas y Pagador (2014:45)

Las redes sociales pueden definirse como «servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto» (Orihuela, 2008: 2). Hoy en día intercambiar información constituye algo fundamental, nos encontramos inmersos en una sociedad que está sufriendo un profundo cambio (De Haro, 2010). Las redes sociales han venido a desdibujar barreras físicas, geográficas y sociales, permitiendo conectar a personas de todo el mundo en la sociedad y en los centros escolares.

Para Zeler, (2017:33)

Entre las redes sociales disponibles, Facebook es la más popular. A partir de datos del Global Web Index 2016 y Digital in 2017, Facebook es la red social con la mayor cantidad de usuarios activos a nivel global (Kemp, 2017), de los cuales más de la mitad

utiliza sus servicios al menos una vez al día (Mander, 2016). Esta red social ha alcanzado más de 2.000 millones de usuarios activos mensualmente en todo el mundo, de acuerdo a los datos proporcionados por la propia compañía (Facebook, 2017).

Las características según el autor Zeler, (2017,33)

Las fanpages permiten a las organizaciones tener una identidad pública propia en Facebook (Cho, Furey, & Mohr, 2016), a través de la cual pueden compartir contenidos relacionados con la propia organización y la actividad a la que se dedica. En este sentido, el propio Facebook (2016) afirma que el hecho de seguir a una fanpage les brinda a los usuarios la posibilidad de acceder a las actualizaciones y las publicaciones de esa fan page, como así también compartir con otros usuarios y/o realizar comentarios sobre esas publicaciones, aumentando la exposición y el alcance de la página de Facebook.

Fake news de Facebook

Según Tusa y Duran (2018,21)

Las noticias falsas o fake news han sido conceptualizadas como posverdad en el entorno periodístico digital. Según el diccionario Oxford, este término surge en el año 2016 y expone aquellas “circunstancias en que la creencia personal influye más que los mismos hechos objetivos” (Berckemeyer, 2017). Esto atañe a la formación de la opinión pública y a la credibilidad de los líderes políticos por parte de las audiencias.

Según Tusa y Durán (2018,21) la característica es:

En consecuencia, la desinformación busca el beneficio de la misma persona que genera la noticia falsa, ya sea para respaldar o para agredir a alguien en específico. Por ello es necesario la reivindicación de la alfabetización mediática.

Algoritmos de Facebook

El algoritmo del feed de noticias de Facebook Newberry (2022,1)

El algoritmo de Facebook decide qué publicaciones ven las personas cada vez que revisan su feed de Facebook, y en qué orden aparecen esas publicaciones. Por su parte, a Facebook le gustaría recordarnos que no hay un solo algoritmo, sino más bien hay “muchas capas del aprendizaje de las máquinas sobre modelos y rankings construidos para predecir qué publicaciones serán más valiosas y significativas para un individuo a largo plazo”.

Según Newberry (2022:8,9) nos dice: ¿Cómo funciona el algoritmo de Facebook?

1. Primero, Facebook toma todas las publicaciones disponibles en la red de un usuario (es decir, “el inventario”) y califica esas publicaciones de acuerdo con señales de clasificación predeterminadas, como tipo de publicación, qué tan recientes son, etc.
2. Después, descarta las publicaciones con las que es poco probable que interactúe un usuario, en función del comportamiento anterior de ese usuario. También, degrada el contenido que los usuarios no quieren ver (es decir, clickbait, información errónea o contenido que han indicado que no les gusta).
3. Luego, ejecuta “una red neuronal más poderosa” en las publicaciones restantes para calificarlas de una manera personalizada. Por ejemplo: María tiene un 20 % de probabilidades de ver los videos de su Grupo de ajedrez, pero tiene un 95% de probabilidades de publicar una reacción de corazón en la foto del perrito de su hermana, y los clasifica en orden de valor.
4. Y, finalmente, organiza una buena muestra de tipos de medios y fuentes para que el usuario tenga una variedad interesante de publicaciones por la que desplazarse.

Entonces, ¿qué nos dice esto acerca de cuáles son los factores que colocan a una publicación al principio del feed? La respuesta es que depende del feed de la persona de la cual estemos hablando.

Facebook dice que utiliza cientos de señales de clasificación. Todo desde la velocidad de la conexión a internet de un usuario, hasta si prefieren interactuar dando Me gusta o haciendo comentarios.

Sin embargo, a lo largo de los años, Facebook ha mencionado constantemente las mismas cuatro señales de clasificación como las más importantes cuando se trata de qué tan arriba en las noticias aparece una publicación.

Aspectos metodológicos

Tipo de Investigación

El presente trabajo será una investigación básica, bibliográfica documental y utilizará un enfoque cualitativo, con el objetivo de analizar a profundidad las variables.

Diseño de la Investigación

El diseño de este ensayo científico será no experimental ya que el investigador no manipulará las variables:

Medios radiales tradicionales y medios digitales, por el contrario los analizará en el contexto donde se realizan. Según Sampiere (2014), establece que el diseño de la investigación cualitativa, será el desarrollo de un conjunto de procedimientos establecidos en secuencias, con un orden riguroso y seguido de un marco teórico conceptual, hasta la identificación de variables de estudio.

Población y muestra

El objeto del trabajo de estudio son los medios radiales tradicionales (Radio Fragata 96.1 FM) y los medios digitales (Comunicación Imparcial De Santa Elena) la primera tiene veintiséis y el segundo cuatro años, cuyo contexto de producción de contenidos es la Provincia de Santa Elena, la información se levantará después del análisis de los resultados de la aplicación de las respectivas técnicas e instrumentos.

Métodos

El método a utilizar será la observación cualitativa y el análisis de datos, también se utilizará la investigación documental bibliográfica para sustentar la parte teórica argumentativa del presente ensayo científico.

Técnicas

La principal intención es obtener definiciones y características detalladas de las variables de estudio, así como establecer las relaciones que se conectan entre sí

Para el presente ensayo se realizará la técnica de la observación científica y análisis de datos.

La investigación cualitativa, consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables, además, incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como son expresadas por ellos mismos (Apud., Pérez, 1993, p. 46).

Instrumentos

La aplicación de los instrumentos antes mencionados: ficha de observación y lista de cotejo; permitirá reconocer e identificar los elementos de este estudio de caso, el análisis comparativo de los datos recolectados, propiciará el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones de esta investigación, se adjuntan los instrumentos respectivos en el apartado de anexos.

Análisis y Discusión de Resultados.

Discusión de Resultados

Los resultados que se presentan a continuación corresponden al análisis cualitativo de los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos: Guía de observación y lista de cotejo.

Los hallazgos encontrados en la primera variable fueron: Que existe una definición de medios radiales tradicionales y medios digitales, que permite establecer las semejanzas, y diferencias. Además de comprender su naturaleza, su audiencia y su interrelación en la producción de contenidos; resultados que se relacionan con Burgos,

(2019:1) quien manifiesta que los medios tradicionales migraron a las redes para convertirse en cibermedios y poder informar, formar y entretener con el uso de herramientas digitales a fin de poder llegar a nuevas audiencias.

Como segundo hallazgo se analizaron las delimitaciones que determinan las regulaciones según la Ley Orgánica de Comunicación Art. 5 y 22 donde se especifica la obligación legal de los medios tradicionales de publicar noticias verificadas y contrastadas, precisas y contextualizadas, para ejercer el derecho de las personas de recibir información de calidad.

En la segunda variable se encuentra que en la necesidad de la inmediatez y la primicia se proliferan las noticias falsas, resultados que se relacionan con lo que expresa: Tusa y Duran (2018,21) quienes manifiestan que las noticias falsas según el diccionario Oxford, este término surge en el año 2016 y expone aquellas “circunstancias en que la creencia personal influye más que los mismos hechos objetivos”, esto influencia en la opinión pública y puede crear noticias sesgadas y desinformación que puede ser intencional o no.

Como hallazgo en el instrumento de la lista de cotejo se obtuvo información sobre la segunda variable que cumple con la misión de informar, entretener, acompañar, pero no se cumple con la verificación y contrastación, precisión y contextualización lo que puede provocar noticias falsas y desinformación.

CONCLUSIÓN

Conclusiones:

Al definir y observar a los medios radiales tradicionales y los medios digitales logramos conocer la razón por la que son diferentes, desde su nacimiento y concepción, pero al mismo tiempo son complementarios en sus objetivos de entretener, formar e informar.

Después del análisis de los medios radiales tradicionales y los medios digitales, o redes sociales se obtienen las siguientes conclusiones:

- 1.- Se evidencia la necesidad de capacitación profesional a los actores inmersos en la comunicación tanto de medios radiales tradicionales y los autodenominados medios digitales o redes sociales.
- 2.-La capacitación digital de la población de la provincia de Santa Elena permitirá reconocer e identificar noticias falsas y/o mal intencionadas, al identificar cuáles son los medios digitales o redes sociales manejadas por comunicadores formales y reales para ejercer el derecho a recibir información de calidad de acuerdo al Art. 22 de la Ley Orgánica de Comunicación.
- 3.- Una vinculación positiva de estos medios propiciará una efervescente producción de contenido noticioso que beneficiará a los ciudadanos quienes al recibir información de calidad tomarán decisiones que impacten positivamente en su futuro.
- 4.- Los medios radiales tradicionales de la Provincia de Santa Elena deberán trabajar inmediatamente en la digitalización y actualización de tecnologías de la información y comunicación como en la construcción y consolidación de su credibilidad.

Referencias

Bibliografía

- Amorós García, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Barcelona: Plataforma Editorial.
- Beltran, U. (2021, Febrero 17). Medios de comunicación tradicionales y redes sociales en la elección presidencial de 2018. *Scielo Analytics*
- Atamara Rojas, T. R. (2012). La prudencia en la inmediatez del acto informativo. *Repositorio Institucional UCA*, 1-15. Retrieved from <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/6653>
- Blázquez-Ochando (2018) Detección de Noticias Falsas en Redes Sociales Basada en Aprendizaje Automático y Profundo: Una Breve Revisión Sistemática
- Calvo, E. A. (2018). #Tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales. *Dialnet*, 1-22.
- Concepción Castro Clemente, Laura Ponce de León Romero (2018) Educación y medios de comunicación. Beneficios y riesgos que proporcionan las Tecnologías de Información y Comunicación en los adolescentes españoles
- Delgado Flores Jacinto Javier (2018) Estudio de la comunicación organizacional interna de Radio Pública Pichincha Universal (2014-2017)
- Jódar Marín, J. Á. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos. *Redalyc.org*, 1-10.
- Morante Chanatasig, Mauro Ronaldo (2020) Medios digitales, su contribución a la preparación del profesional de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Babahoyo, Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos
- Pantoja Chaves, A. (2011). Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. *Repositorio UDGVirtual*. Retrieved from <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3535>
- Punín-Larrea, M. I.-H.-C.-Q.-A. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 199-207.
- Rivera Costales, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1-8.

Rosique-Cedillo, G. ,.-C. (2015). Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *Revista Profesional de la Información*, 1-11. Retrieved from <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>

Suárez-Villegas, J.-C. (2015). Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales. *Revista Profesional de la Información* , 1-7

Yanes Mesa, R. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. *Ambitos, Revista Internacional de Comunicación*, 1-13.

Webgrafía:

<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6319#:~:text=Los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20tradicionales,objetivos%20informar%2C%20formar%20y%20entre tener>

[La radio en la convergencia multimedia - Mariano Cebrián Herreros - Google Libros](#)

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

<https://www.crehana.com/blog/negocios/caracteristicas-de-comunicacion-digital>

<https://ventajasydesventajas.top/medios-digitales/>

<https://es.snhu.edu/noticias/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>

www.researchgate.net/profile/Juan-Holgado-

<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<file:///C:/Users/HP%20USER/Downloads/10226-Texto%20del%20art%C3%ADculo-44037-1-10-20141106.pdf>

<file:///C:/Users/HP%20USER/Downloads/1550-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5210-2-10-20191115.pdf>

[https://blog.hootsuite.com/es/algorithmo-facebook-como-funciona/#Que es el algoritmo de Facebook.](https://blog.hootsuite.com/es/algorithmo-facebook-como-funciona/#Que%20es%20el%20algoritmo%20de%20Facebook)

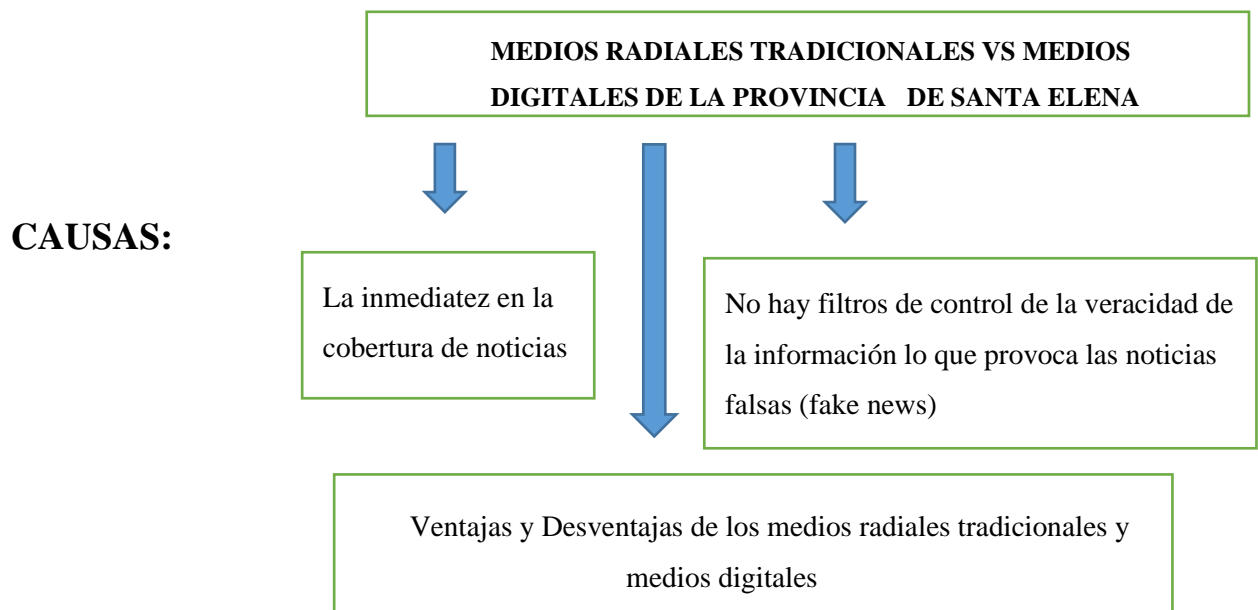
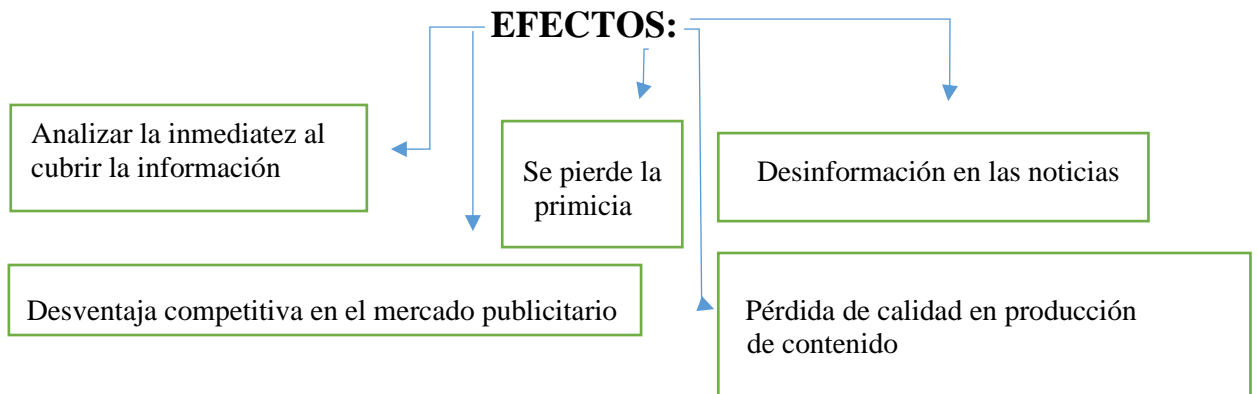
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8841>

<http://dx.doi.org/10.7203/RASE.11.3.11515>

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/15770>

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de Problemas:



Anexo 2: Matriz de Operatividad de Variables

Tema: Medios radiales tradicionales y Medios digitales en la audiencia de la Provincia de Santa Elena.

Variable	Definición	Dimensión
Medios radiales tradicionales	Los medios de comunicación tradicionales son aquellos que se expiden por un emisor y se recogen de manera similar por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce como la televisión, la radio, y el periódico, asumiendo como objetivos informar, formar, y entretener. (Burgos, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ventajas y Desventajas de la Radio tradicional. 2. Alcance 3. Regulaciones. 4. Noticias verificadas y contrastadas.
Medio digital	La comunicación digital o New-media se desarrolla en un mundo interconectado por internet que se encuentra formado por ciudadanos digitales que se denominan “usuarios”. Esta interconexión de los usuarios (receptores) transforma de manera sustancial la forma en cómo se desarrolla este proceso de emisión de mensajes, debido a que adhiere como valor agregado la interacción (Morante,2020:8)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ventajas y desventajas de los medios digitales 2. Alcance 3. Red Social 4. Noticias falsas (fake news) 5. Algoritmos

Anexo 3: Instrumentos Guía de Observación

Guía de Observación						
Indicadores	SI	NO	Horas del día			OBSERVACIONES
			Mañana	tarde	Noche	
Usa la radio - cada cuanto	X		X			
Usa las redes - cada cuanto	X				X	
se informa- con que frecuencia	X			X		
conoce las noticias falsas	X				X	
Usa redes - ¿cual ?	X		X		X	Facebook / Instagram
¿Conoce que son noticias verificadas y contrastadas?	X				X	Medios Regulados
¿Sabe lo que es desinformacion?	X				X	Noticias Falsas
¿Su dispositivo tiene internet?	X		X		X	En casa por wifi / plan de datos se agota rápido
¿Sabe lo que es algoritmo de Facebook?	X				X	Analiza las páginas que uno revisa y sale aleatoriamente páginas de su interés

Anexo 4: Instrumento Lista de Cotejo

Uso de radio y redes sociales			
Fecha: 22/06/2019			
Instrucciones: Revisar los aspectos que se solicitan y califique “Cumple y No cumple”.			
	Objetivos	Cumple	No cumple
1	La radio como medio de entretenimiento	X	
2	La radio como medio de información.	X	
3	La radio como medio influyente	X	
4	la radio como medio con credibilidad	X	
5	la radio como acompañante	X	
6	Las redes como medio de información	X	
7	Las redes como medio influyente	X	
8	las redes como medio con credibilidad		X
9	Las redes en la inmediatez	X	
10	Las redes y las noticias falsas	X	