



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

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

LA NARRATIVA DIGITAL COMO RECURSO PARA EL
DESARROLLO DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL DEL MEDIO DE
TELEVISIÓN RTS EN GUAYAQUIL

AUTORA:

KATHERINE ELIZABETH ERRAEZ SALTOS

TUTORA:

LCDA. MARTHA YESENIA SUNTAXI ANDRADE.MGTR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

COMPONENTE DE INVESTIGACIÓN:

MEDIOS IMPRESOS, Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL
DESARROLLO SOCIAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2023

TEMA:

LA NARRATIVA DIGITAL COMO RECURSO PARA EL DESARROLLO DEL
LENGUAJE AUDIOVISUAL DEL MEDIO DE TELEVISIÓN RTS EN
GUAYAQUIL

AGRADECIMIENTO:

En primera instancia a Dios, quien me ha dado la fuerza y sabiduría para ejecutar y culminar el proyecto de investigación, a su vez, por guiarme a la toma de decisiones en mi vida, por haber forjado a una mujer con principios, valores y carácter capaz de cumplir cada meta planteada.

A mis padres y a mis hermanos por confiar en mis habilidades y capacidades, por estar presente en cada ciclo de mi vida, a pesar de las adversidades presentadas cada día, por enseñarme a confiar en mí y nunca dejarme sola en mi etapa estudiantil.

Y extender mis agradecimientos a la Mgtr. Martha Sntaxi, tutora de mi proyecto de investigación, quien con conocimientos, predisposición y disponibilidad me guio y orientó a la realización de mi proyecto de investigación. Al Mgtr. Xavier Echeverria quien aportó con sus conocimientos e incentivarme a seguir adelante.

Y finalmente mi agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa (UPSE) y sus docentes por los conocimientos empleados en cada catedra en las aulas de clases para mi formación como profesional.

Katherine Elizabeth Erraez Saltos

DEDICATORIA

A mis padres y a mis hermanos en especial aquel que acudió al llamado de Dios antes de tiempo, por ser el pilar fundamental en mi vida y siempre motivarme a mirar hacia delante y avanzar, por el apoyo incondicional que me demuestran y demostraron día a día. A mi hijo por ser el motor y motivación para levantarme cada día y seguir rumbo a la ruta de la profesionalidad. A mi familia materna en general que siempre estuvieron pendiente de cada paso en el proceso estudiantil.

Esta meta es de ustedes y para ustedes... ¡Gracias por todo!

Katherine Elizabeth Erraez Saltos

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

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

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

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC

MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 04 de febrero de 2023

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

Directora de la Carrera de Comunicación

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor(a): **Katherine Elizabeth Erraez Saltos** con cédula de identidad N° **0923212237** ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que el señor(a): **Katherine Elizabeth Erraez Saltos**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: La narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio de televisión RTS en Guayaquil.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

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

Lcda. Martha Suintaxi Andrade, Mgtr.

Docente tutor/a

Trabajo Integración Curricular II

CI: 0915060677

Correo Institucional: msuintaxi@upse.edu.ec

Celular: 0995045050

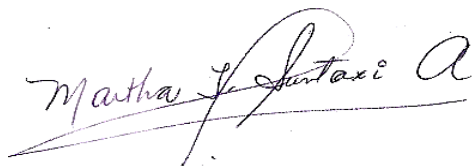
**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**




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



**Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgr.
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



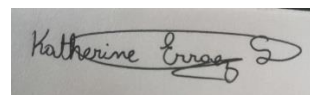
**Lcda. Martha Yesenia Suintaxi Andrade Mgr.
DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



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



**Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgr.
ASISTENTE ADMINISTRATIVO DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



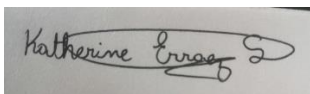
**Erraez Saltos Katherine Elizabeth
ESTUDIANTE**

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe: **KATHERINE ELIZABETH ERRAEZ SALTOS**, con C.C: **0923212237**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es **LA NARRATIVA DIGITAL COMO RECURSO PARA EL DESARROLLO DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL DEL MEDIO DE TELEVISIÓN RTS EN GUAYAQUIL**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 6 de febrero de 2023

Atentamente,

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature reads "Katherine Erraez S" in a cursive script.

Katherine Elizabeth Erraez Saltos

C.C: 0923212237

INDICE:**Tabla de contenido**

TEMA:	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR	IV
Directora de la Carrera de Comunicación	IV
DERECHOS DE AUTORÍA	V
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS/ GRÁFICAS/IMÁGENES	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPITULO I: FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	2
1.1 Descripción del problema	2
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Preguntas de investigación	3
1.4 Justificación	3
1.5 Objetivos	4
1.5.1 General	4
1.5.2 Específicos	4
1.6 Hipótesis	4
1.7 Variables	4

1.7.1	Variable independiente	4
1.7.2	Variable dependiente	4
1.8	Matriz de operacionalización de variables.....	4
1.9	Matriz de Consistencia.....	4
2.	CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1	Antecedentes	5
2.2	Marco conceptual	6
2.2.1	Narrativa digital	6
2.2.2	Tipos de narrativa digital	6
2.2.3	Storytelling.....	7
2.2.4	Discurso periodístico	7
2.2.5	Discurso narrativo.....	7
2.2.6	Características periodísticas.....	7
2.2.7	Brevedad	7
2.2.8	Lenguaje audiovisual	7
2.2.9	Morfológica del lenguaje audiovisual	8
2.2.10	Elementos visuales.....	8
2.2.11	Sintáctica del lenguaje audiovisual.....	8
2.2.12	Planos	8
2.2.13	Semántica del lenguaje audiovisual	8
2.2.14	El tiempo	8
2.3	Marco legal.....	9
3.	CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	12

3.1	Tipo de investigación:	12
3.2	Enfoque de investigación:	12
3.3	Diseño de la investigación	12
3.4	Método de investigación:	13
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.6	Universo, población y muestra:.....	14
4.	CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	15
4.1	Procesamiento de la información.....	15
4.2	Análisis e interpretación de resultados.....	15
4.3	Discusión de resultados.....	31
	CONCLUSIONES	31
	RECOMENDACIONES	32
	BIBLIOGRAFÍA	33
	Bibliografía	33
	Anexos	36
	Anexo 1: Árbol de problema	36
	Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables	37
	Anexo 3: Matriz de consistencia	38
	Anexo 4: Instrumentos	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	16
Tabla 2	17
Tabla 3	18
Tabla 4	19
Tabla 5	20
Tabla 6	21
Tabla 7	22
Tabla 8	23
Tabla 9	24
Tabla 10	25
Tabla 11	27

ÍNDICE DE FIGURAS/ GRÁFICAS/IMÁGENES

Gráfico 1	16
Gráfico 2	17
Gráfico 3	18
Gráfico 4	19
Gráfico 5	20
Gráfico 6	21
Gráfico 7	22
Gráfico 8	23
Gráfico 9	24
Gráfico 10	25
Gráfico 11	27
Gráfico 12	28
Gráfico 13	28
Gráfico 14	29
Gráfico 15	29
Gráfico 16	30

RESUMEN

Algunos medios de comunicación ecuatorianos no aplican la narrativa digital de manera adecuada, debido a que muchos de los medios tradicionales han olvidado los principios de creación de sus productos comunicativos que son: informar, entretener y educar, escudándose detrás de las propuestas de contenidos netamente emotivos. Los medios de comunicación tradicionales mantienen a la audiencia pasiva en el plano de transmitir grandes cantidades de información, sin atender a las demandas competitivas de información personalizada que proporcionan las redes sociales actualmente. El presente proyecto de investigación se desarrolló bajo un orden estructural que contiene métodos y técnicas que ayudaron a obtención de información acerca del uso de narrativa digital y el lenguaje audiovisual que maneja el medio televisivo RTS de Guayaquil para conocer si dicho medio utiliza los elementos adecuados al momento de difundir o compartir información, con una hipótesis planteada donde si el medio usaría la narrativa digital como un recurso para el lenguaje audiovisual mejoraría la interacción de los usuarios a las publicaciones. Se uso la metodología aplicada con un enfoque cualitativo, con diseño deductivo no experimental. Se realizó una encuesta a 100 seguidores de la cuenta de Instagram del medio televisivo RTS y una lista de cotejo donde se analizaron las publicaciones de los últimos tres meses del 2022. Por lo antes mencionado, la audiencia considero que al ser un medio informativo ha cumplido en parte con la utilización de la narrativa y lenguaje audiovisual.

Palabras claves: narrativa digital, lenguaje audiovisual, características periodísticas, dimensiones del lenguaje audiovisual.

ABSTRACT

Some Ecuadorian media do not apply the digital narrative adequately, because many of the traditional media have forgotten the principles of creation of their communicative products, which are: inform, entertain, and educate, hiding behind the proposals of purely emotional content. Traditional media keep the audience passive in the plane of transmitting large amounts of information, without attending to the competitive demands of personalized information currently provided by social networks. This research project was developed under a structural order that contains methods and techniques that helped to obtain information about the use of digital narrative and audiovisual language that handles the television media RTS of Guayaquil to know if the media uses the right elements when disseminating or sharing information, with a hypothesis posed where if the media would use digital narrative as a resource for an audiovisual language would improve the interaction of users to publications. The methodology used was applied with a qualitative approach, with a non-experimental deductive design. A survey of 100 followers of the Instagram account of the television media RTS and a checklist where the publications of the last three months of 2022 were analyzed were conducted. For the aforementioned, the audience considered that being an informative media has complied in part with the use of narrative and audiovisual language.

Keywords: digital narrative, audiovisual language, journalistic characteristics, dimensions of audiovisual language.

INTRODUCCIÓN

La progresiva incorporación de la comunicación digital ha avanzado de manera creciente representando una ruptura con los modelos convencionales, combina pautas de medios como la prensa, la radio y la televisión, pero con otro enfoque y mayor velocidad, por tal motivo, la siguiente investigación analizará la narrativa, lenguaje audiovisual y otros elementos de los posts del medio televisivo RTS en la plataforma digital Instagram.

Debido a que, en los últimos tiempos los canales tradicionales se han actualizado llevando la información a plataformas digitales que permiten la difusión de noticias con mayor inmediatez olvidando los principios para los que se crearon los productivos comunicativos.

Con dicho trabajo de investigación se intenta analizar la narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual, si esta cumple con elementos visuales y sonoros adecuados en los posts de su página de Instagram para captar la atención de los seguidores.

Se utilizará una investigación aplicada que oriente a la solución de problemas con un enfoque cualitativo ya que este se guía por áreas o temas específicos usando el método deductivo para extraer una conclusión.

La población de estudio es 554 mil seguidores de la cuenta oficial de Instagram del medio televisivo RTS en Guayaquil. La muestra para trabajar es 384 seguidores de dicha plataforma digital. A esta elección se tomará en cuenta los criterios de inclusión y exclusión. Por lo tanto, se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia, empleando la técnica de encuesta con un instrumento de cuestionario con la escala de Likert y la observación con su respectiva lista de cotejo para analizar las publicaciones realizadas por el medio televisivo los últimos tres meses del año 2022. Finalmente se realizará el análisis de resultados donde se llevó a cabo una relación entre los resultados obtenidos y los teóricos consultados para despejar las preguntas de investigación y la hipótesis.

1. CAPITULO I: FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

La problemática se centra que en algunos medios de comunicación ecuatorianos existe el poco uso de la narrativa digital de manera adecuada, debido a que muchos de los medios tradicionales han olvidado los principios de creación de sus productos comunicativos que son: informar, entretener y educar, escudándose detrás de las propuestas de contenidos netamente emocionales.

Los medios de comunicación tradicionales mantienen a la audiencia pasiva en el plano de transmitir grandes cantidades de información, sin atender a las demandas competitivas de información personalizada que proporcionan las redes sociales actualmente.

Los cambios en el sistema comunicacional, en parte, de la convergencia industrial y cultural, las apropiaciones y los variados usos sociales, está generando en este siglo, a nivel de sujetos e industria, un sistema info-comunicativo que se va integrando en el consumo de los sujetos como en las mismas organizaciones, construyendo un nuevo paisaje simbólico-tecnológico en el que cada medio y TIC va buscando su nicho de atención en los individuos colectivos sociales. Por otro lado, las plataformas digitales están ganando más terreno y la diversidad de este tipo de servicios aumentan a partir de las demandas que exige la audiencia.

A su vez, es necesario recalcar que la información que se debe manejar es netamente informativa, educativa y de entretenimiento, más no emotiva, es importante que el medio televisivo tenga una postura central al momento del manejo y difusión de su contenido.

El mal manejo de la narrativa digital puede hacer que el lenguaje audiovisual sea visualizado desde otra perspectiva ante la audiencia, generando desinformación que afecta a un mejor desarrollo de la sociedad.

Es por esta razón, que la presente investigación ve la necesidad de conocer los parámetros persuasivos que utiliza el medio ecuatoriano RTS en las plataformas digitales como forma de atraer a la audiencia al lenguaje audiovisual de su programación.

1.2 Formulación del problema

En su intento por rescatar a los televidentes, los medios han incursionado en las narrativas digitales, la autora se hace la siguiente interrogante:

¿Cuáles son los elementos de la narrativa digital que influyen el lenguaje audiovisual de la audiencia del medio televisivo RTS?

1.3 Preguntas de investigación

¿Qué elementos interceden en la narrativa digital?

¿Cómo atraer a la audiencia hacia el consumo televisivo?

¿Cómo identificar el contenido narrativo digital del medio RTS?

1.4 Justificación

La presente investigación es importante porque permitirá conocer como el medio televisivo RTS de Guayaquil usa los recursos y plataformas digitales para persuadir a la audiencia a consumir de su programación porque en la actualidad se han olvidado de los principios de la creación de sus productos comunicativos, siendo sus propuestas de carácter conmovedor.

Por tal motivo, es pertinente identificar y evaluar los elementos de la narrativa digital que usa dicho medio para atraer a la audiencia, dando a conocer la narrativa como soporte del lenguaje audiovisual y los métodos de persuasión que usa el medio televisivo.

Uno de los motivos que generaron la investigación es poder visualizar como el medio de televisión ecuatoriano usa la narrativa digital como un recurso, la que es aplicada en múltiples contenidos de comunicación tal como aparece en la cuenta de Instagram del medio RTS de Guayaquil.

Esta investigación se realiza desde el punto de vista de cómo los medios de comunicación tomando como sujeto de análisis al medio televisivo ecuatoriano RTS utiliza la narrativa digital como soporte del lenguaje audiovisual y la migración a este tipo de medios por la presión de la convergencia que sufrieron los medios tradicionales ante el cambio de comportamiento de las audiencias y públicos, donde fue eminente el desarrollo de la narrativa digital para atender esta nueva necesidad de lenguaje audiovisual.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil

1.5.2 Específicos

- Identificar los elementos de la narrativa digital del medio televisivo RTS de Guayaquil.
- Analizar el lenguaje audiovisual del medio RTS para atraer a la audiencia hacia el consumo televisivo.
- Identificar el contenido que desarrolla el medio RTS.

1.6 Hipótesis

¿Si el medio de televisión RTS utiliza la narrativa digital como soporte del lenguaje audiovisual persuadiría a la audiencia consumir a diario sus programaciones?

1.7 Variables

1.7.1 Variable independiente

Narrativa digital; es la combinación de narrativas y contenido digital que incluyen imágenes, sonidos y video, con el único objetivo de crear una película corta, con un fuerte contenido emotivo.

1.7.2 Variable dependiente

Lenguaje audiovisual; la verdadera significación la portan elementos que no pueden ser considerandos signos como: escala de planos, composición, color, etc.

1.8 Matriz de operacionalización de variables

La matriz de operacionalización de variables con el contexto la narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil. Se encuentra en el anexo 2.

1.9 Matriz de Consistencia

La matriz de consistencia con el contexto la narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil. Se encuentra en el anexo 3.

2. CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

El estudio de la narrativa digital es una práctica que ha traspasado fronteras en diversos campos de estudio. La narrativa digital puede verse vinculado en temas de evaluaciones de usabilidad, educación, comunicación, programación, etc.

Hermann & Pérez (2019), sostiene que una de las claves para que la narrativa digital puede ser considerado como un indicativo de estudio en diferentes asignaturas es que se la considera como un relato interactivo difundido como un conjunto de imágenes sucesivas que muestran un mensaje cotidiano basado en las necesidades e intereses de la audiencia. Basados en estudio revisión sistemática afirman que existe una motivación científica creciente por conocer el impacto de la narrativa digital en diferentes temáticas. Por ejemplo, en las bases de datos como Scopus, Redalyc, WOS desde el 2012 hasta el 2016 se han encontrado 254 textos que vinculan la narrativa digital en comunicación (58), educación (61) y usabilidad (35) (Ibid).

En el contexto del marco reflexivo teórico, Vázquez & Fernández (2016) sugiere que el storytelling se debe contemplar como una técnica para presentar contenidos en el periodismo de datos debido a la tendencia del consumo en redes sociales. El autor sugiere que el masivo consumo digital de diversas audiencias ha permitido que los géneros periodísticos se hayan estructurado como un periodismo narrativo que permite establecer un nuevo modelo de difundir información a partir de la presentación de líneas de tiempo, infografías, gráficos mapas interactivos para reforzar y contribuir la inteligibilidad y el interés.

Así mismo, las redes sociales plataformas que evidentemente utilizan narrativa digital tienen la característica de difundir diversos contenidos a gran cantidad de población de forma rápida y con un solo posteo, aunque esto podría no tener un impacto positivo masivo cuando no se analiza la interactividad de la audiencia.

Es por esta razón que Arcienega (2021) sostiene que la narrativa digital ha venido de una transformación unidireccional a multidireccional donde la audiencia no solo es consumidor directo e inactivo, sino que actualmente pasan a convertirse en prosumidores donde primero interactúan con el contenido receptado y luego lo difunden a sus cámaras de eco. Esto pudo descubrirlo en su investigación acerca de la comunicación corporativa en Bolivia.

Por otro lado, Espinoza (2021) afirma que las redes sociales a través de sus narrativas digitales se han establecido como un método de difusión de contenidos informativos para acceder fácilmente a las fuentes informativas oficiales. En esta investigación se empleó las técnicas de encuesta usando como instrumento el cuestionario a 120 estudiantes periodistas de la universidad de Guayaquil.

2.2 Marco conceptual

Para el análisis de la narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil, fue necesario consultar diferentes fuentes o trabajos relacionados al tema de investigación.

2.2.1 Narrativa digital

La narrativa digital se caracteriza por la gran interactividad, el uso de elementos audiovisuales permite una recepción de conocimientos y desarrollo de las personas rigiéndose a la experiencia y participación que nos brinda esta herramienta.

Según Nosti (2019) Podemos aproximarnos a una definición de narrativa digital entendiéndola como un lenguaje formado por multiplicidad de partes conectadas por un recorrido no lineal o multilínea, de acceso sincrónico o asincrónico, de carácter multiusuario o co-participativo, y se caracteriza por la interactividad, el uso de diferentes elementos como imágenes, animaciones, audio y recursos, el dinamismo y la discontinuidad.

2.2.2 Tipos de narrativa digital

Los tipos de narrativa digital ayudan a un mejor desenvolvimiento y entendimiento de la información que se transmite en los storytelling, siendo así más factible la interacción de los usuarios.

Para Hermann Acosta (2015) El aporte que pueden brindar las narrativas digitales al acto educativo está relacionado con los sistemas de interacción, navegación y co-creación entre los usuarios, ya que estos discursos por su arquitectura y dinámica del paradigma de la web 2.0, web 3.0 y web semántica han planteado el paso de una comunicación unidireccional (uno a todos), hacia una comunicación multidireccional (todos a todos), como expresión del paso de un diálogo de estructura lineal a uno de estructura multiseccional.

2.2.3 Storytelling

El storytelling es la estrategia mediante la cual se cuenta una historia para conseguir un determinado fin: informar, motivar, conocer opiniones, vender, entre otras.

Las redes sociales son un canal de comunicación más directo e inmediato. En él, los usuarios además de informarse sobre los productos de la compañía exponen sus dudas, quejas, comentarios etc, favoreciendo el feedback entre ambos. Según Estaún (2022)

2.2.4 Discurso periodístico

Según Reyna (2021) dice

“Para la teoría del periodismo, el discurso es la construcción y difusión de la noticia expresada en diversos géneros periodísticos. El periodista recoge información de la realidad social sobre acontecimientos que juzga relevantes y de interés general para darlos a conocer al público. También cumple el compromiso de explicarle al público la importancia de la información al interior, en tiempo y espacio, del grupo social en el cual se comunican”

2.2.5 Discurso narrativo

En el discurso narrativo el emisor llega a expresar hechos o las acciones de un acontecimiento o fenómeno. Se concibe como un conjunto de oraciones organizadas de manera coherente.

2.2.6 Características periodísticas

Las características de los textos periodísticos son heterogéneas, estas hablan sobre diferentes temas, transmitiendo o publicando información de política, económica, educativa, cultural, social, deportiva, de acontecimiento nacional e internacional de relevancia.

2.2.7 Brevedad

Es una de las características importantes en el lenguaje periodísticos, ya que, se usa frases cortas y construidas de modo directo siendo más eficaz al momento de transmitir una idea.

2.2.8 Lenguaje audiovisual

Se define como una serie de reglas y símbolos que se emplean para poder generar una forma única de comunicación, empleándose la vista y el oído, por ello se

puede usar tanto en video, como en audio como en fotografía, con el lenguaje audiovisual se crea una relación con la realidad. Ruiz (2022)

2.2.9 Morfológica del lenguaje audiovisual

Está formada por dos elementos: visuales y sonoros, así mismo, cuando se elabora mensajes con los lenguajes verbales se usan nombres, verbos, adjetivos y otros elementos. Rico (2016)

2.2.10 Elementos visuales

Los elementos visuales nos permiten transmitir un mensaje utilizando imágenes y lo constituyen diversos elementos como la línea, la forma, el color, la textura, entre otros. Junto con la composición se forma el código que se maneja para transmitir y recibir un mensaje, ideas, sensaciones e incluso emociones. Navarres (2019)

2.2.11 Sintáctica del lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual también se basa en una manera de estructurar y componer sus elementos que influirán en el significado final del mensaje, se habla de planos, angulación, composición, ritmo, iluminación, color y música que se usa en el mensaje. Rico (2016)

2.2.12 Planos

El plano define el campo de visión que la cámara mostrará del personaje o de un lugar. Se muestran gracias a la distancia de la cámara y el personaje. Juntos forman parte de la narrativa. Según Bermúdez (2020)

2.2.13 Semántica del lenguaje audiovisual

Las sensaciones se apoyan a la experiencia personal y cultural del receptor, se puede hablar de contenido denotativo y contenido connotativo. Rico (2016)

2.2.14 El tiempo

En el lenguaje audiovisual el uso del tiempo es importante, ya que, este nos contará una historia, a diferencia de la pintura, fotografía o escultura académica, que es una imagen congelada en el tiempo. Este puede ser igual al tiempo real de la acción, puede ser más corto o largo. Barja (2019)

2.3 Marco legal

El siguiente trabajo de investigación analizará la narrativa digital en la que se basa el medio televisivo ecuatoriano RTS de Guayaquil, apoyándose en el siguiente reglamento legal que se rige actualmente en Ecuador y a nivel internacional:

- ✓ Constitución de la república del Ecuador
- ✓ Ley Orgánica de Comunicación
- ✓ Declaración Universal de los Derechos Humanos

En la Constitución de la república del Ecuador (2008), artículo 16 exponen de la siguiente manera:

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 radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y 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. (p. 13-14)

Según la Ley Orgánica de Comunicación (2019); en los artículos 4, 5, 8, 17, 22, 35 se establecen de la siguiente manera:

TITULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art.4.- Contenidos personales en internet. – Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. (p.4)

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 video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. (p.4)

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. (p.5)

CAPITULO II

Derechos a la comunicación

SECCION I

Derechos de libertad

Art.17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la Ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso segundo.

Estará prohibida toda propaganda en favor a la guerra y toda apología del odio nacional similar contra cualquier persona o grupo de personas. (p.7-8)

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.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente. (p. 9)

SECCION II

Derechos de igualdad e interculturalidad

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo. (p. 13)

Para, Declaración Universal de los Derechos Humanos (2003), artículo 19 establece:

Art. 19.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de 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. (p. 4)

3. CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación:

El tipo de investigación que se utilizará será la aplicada. Está orientada a la solución de problemas que se presentan en los procesos de producción, distribución, circulación y el consumo de bienes y servicios de cualquier actividad humana, son denominadas aplicadas, porque en base a la investigación básica, pura o fundamental en las ciencias fácticas o formales, estas formulan problemas o hipótesis de trabajo, llevando a la resolución de los problemas de la vida productiva de la sociedad. Nieto (2018)

3.2 Enfoque de investigación:

El presente trabajo de investigación será diseñado bajo el planteamiento del enfoque cualitativo, ya que, este se adapta a las características y necesidades de estudio, puesto que el enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de la investigación, los estudios cualitativos pueden llegar a desarrollar preguntas e hipótesis sean estas antes, durante o después de la recolección y el análisis de datos. Sampieri (2017)

En dicha investigación se utilizará del enfoque cualitativo encuestas y lista de cotejo con el objetivo de evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil.

3.3 Diseño de la investigación:

Dicha investigación tiene como objetivo evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil, por lo consiguiente, se describe como diseño de investigación el método no experimental, ya que los instrumentos y técnicas permitirán el análisis de la situación actual de la narrativa en los posts de Instagram en dicho medio sin que la autora las manipule.

Así mismo, la investigación no experimental se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir, sin que el investigador altere el objeto de investigación. CIPS (2018)

3.4 Método de investigación:

La presente investigación titulada La narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil establece como tipo de investigación el método deductivo.

Pues que, dicho método nos guiará a posibles conclusiones directa, cuando se deduce lo particular sin intermediario alguno, este a su vez, nos permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas.

El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas.

Westreicher (2020)

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Son un conjunto de categorías y segmentos que unen temáticas a base de un mismo fenómeno, marcadas en relación con las ventajas y desventajas que las caracterizan, por lo consiguiente en el desarrollo de la investigación las técnicas a utilizarse serán la encuesta y la observación.

Garay (2020) define la encuesta como el medio que permite examinar puntos subjetivos y obtener información sobre el objeto de estudio. (p.6)

A su vez, Castellanos (2017) define a la observación como la técnica que permite a través del sentido de la vista, observar sucesos, fenómenos, personas y toda la realidad que engloba al sujeto de estudio, con la finalidad de recopilar información viable para la investigación en curso.

(p.1)

Para la recolección de datos los instrumentos aplicados son el cuestionario y lista de cotejo.

Para evaluar la influencia que tiene la narrativa digital y lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en sus seguidores, se aplicará un cuestionario basado en la escala de Likert, contando con un total de 10 ítems relacionadas a la variable independiente (narrativa digital) y variable dependiente (lenguaje audiovisual).

Las alternativas de la escala de Likert aplicadas en el cuestionario corresponden a las opciones de:

1. Muy de acuerdo
2. De acuerdo
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
4. En desacuerdo
5. Muy en desacuerdo

3.6 Universo, población y muestra:

La población es el equivalente a la totalidad de los elementos o individuos de interés para la investigación. Equipo editorial (2021)

La población de estudio se encontrará conformada por 100 de 554 mil seguidores de la cuenta de Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil, ya que, al realizar la fórmula mediante un sitio web arrojo que nuestra muestra seria de 384.

La muestra es definida como un subconjunto más o menos representativo de una población, con fines de evaluación y estudio, se puede estudiar un conjunto de mayor volumen a través de porciones pequeñas que resulten representativas. Equipo editorial (2021)

En este trabajo se utilizará el método de muestreo por conveniencia, la cual es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para la creación de muestras de acuerdo con la facilidad de acceso, disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, con esta técnica se pueden observar hábitos, opiniones y puntos de vista de una manera más fácil. Ortega (2022)

4. CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de la información

La encuesta fue realizada a 100 de 554 mil seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil. Los resultados de la encuesta fueron elaborados y obtenidos mediante la aplicación del formulario de Google Forms de manera virtual, estando a disposición desde el 30 de enero al 2 de febrero del 2023 y fueron procesados en Microsoft Excel. Se aplicó el gráfico de pastel para dar una representación porcentual a la información recopilada. Posteriormente se analizó e interpretó mediante el sistema estadístico.

Para la obtención de resultados de la lista de cotejo, se realizó una observación de los posts en Instagram desde el 1 de octubre hasta el 31 de diciembre del 2022, para el respectivo análisis de la narrativa, lenguaje audiovisual y audiencia que maneja el medio televisivo RTS de Guayaquil.

4.2 Análisis e interpretación de resultados

A continuación, se presentará el análisis de los resultados obtenidos de los datos de manera cualitativa:

En esta sección se evidencia la información recogida en la investigación que se realizó en la encuesta respectiva aplicada a los seguidores en Instagram del medio televisivo RTS en Guayaquil, para conocer el punto de vista que tiene sobre la narrativa digital y el uso del lenguaje audiovisual en cada publicación

Tabla 1

El medio televisivo RTS que tipo de contenido expone en sus storytelling

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Informativo	86	86%
Periodístico institucional	14	14%

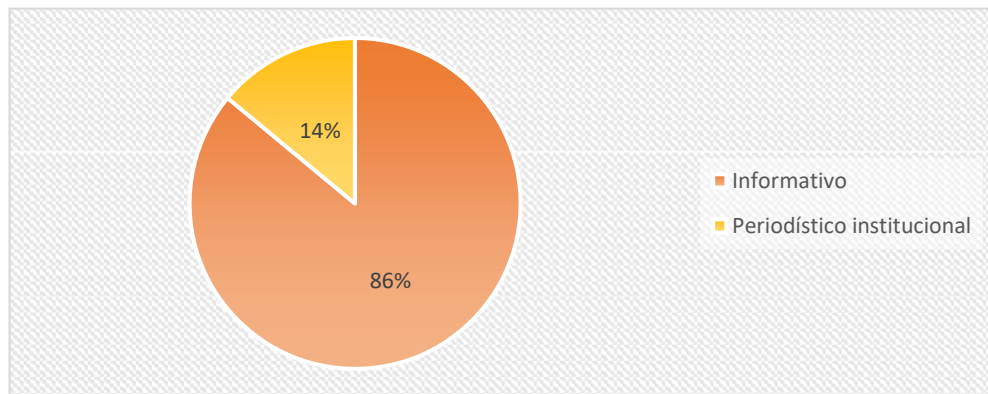
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 1

El medio televisivo RTS que tipo de contenido expone en sus storytelling



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Informativo (86) equivalente al 86% y periodístico institucional (14) equivalente al 14%. Por lo consiguiente, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Informativo (86%). Donde el análisis se considera que el medio televisivo RTS en sus storytelling expone contenido informativo.

Tabla 2

¿Como parte de la audiencia del medio RTS su participación es inmediata?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	11%
De acuerdo	35	35%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	44	44%
En desacuerdo	6	6%
Muy en desacuerdo	4	4%

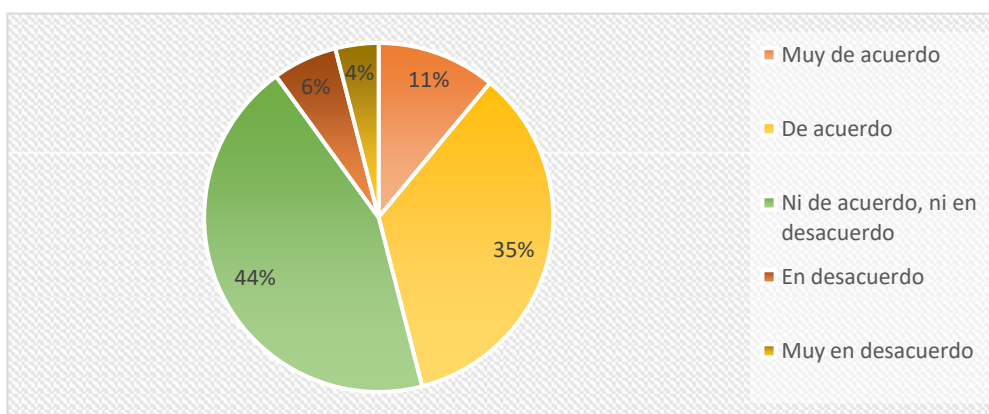
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 2

¿Cómo parte de la audiencia del medio RTS su participación es inmediata?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Muy de acuerdo (11) equivalente al 11%, De acuerdo (35) equivalente al 35%, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (44) equivalente al 44%, En desacuerdo (6) equivalente al 6% y Muy en desacuerdo (4) equivalente al 4%. Por lo consiguiente, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (44%). Donde el análisis se considera que la audiencia no tiene participación inmediata.

Tabla 3

El medio maneja un discurso:

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Formal/ Informal	66	66%
Sensacionalista	23	23%
Difamación	1	1%
Post Verdad	10	10%

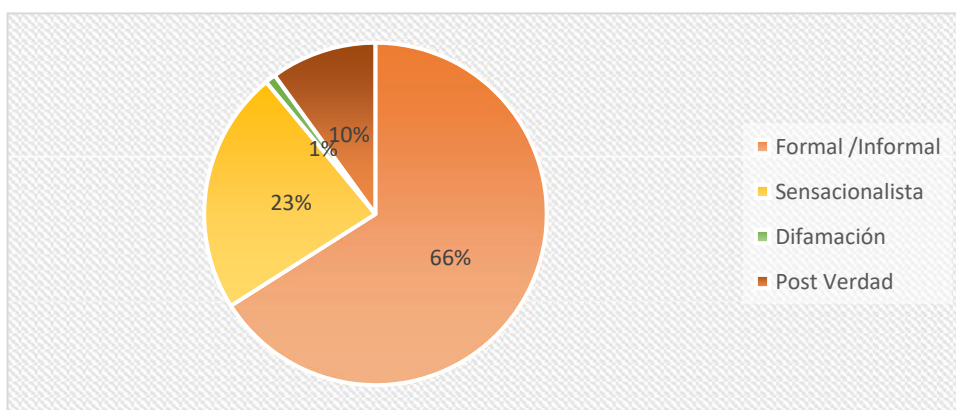
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 3

El medio maneja un discurso



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Formal / Informal (66) equivalente al 66%, Sensacionalista (23) equivalente al 23%, Difamación (1) equivalente al 1%, y Post Verdad (10) equivalente al 10%. Por lo consiguiente, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Formal / Informal (66%). Donde el análisis se considera que el medio maneja un discurso formal / informal.

Tabla 4

Los contenidos emitidos en la cuenta de Instagram del medio RTS son creíbles

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	5%
De acuerdo	42	42%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	48	48%
En desacuerdo	5	5%
Muy en desacuerdo	0	0%

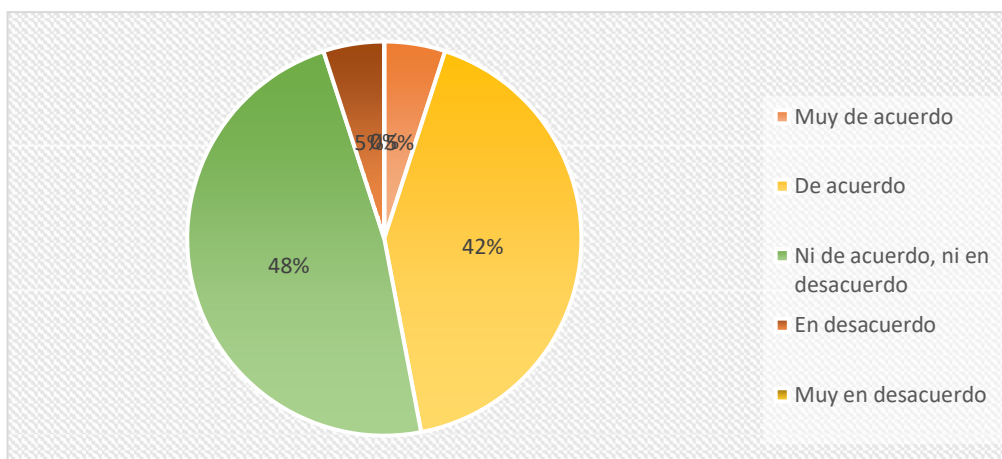
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 4

Los contenidos emitidos en la cuenta de Instagram del medio RTS son creíbles



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Muy de acuerdo (5) equivalente al 5%, De acuerdo (42) equivalente al 42%, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (48) equivalente al 48%, En desacuerdo (5) equivalente al 5% y Muy en desacuerdo (0) equivalente al 0%. Por lo tanto, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (48%).

Tabla 5

Los contenidos posteados se relacionan con las características periodísticas:

Las características periodísticas son claridad, precisión y brevedad, ya que, la información posteada debe tener claridad en el mensaje, ser preciso con el fin de expresar solo lo que se pretende decir y no dar margen para interpretaciones erróneas y a su vez ser breves, usar frases cortas y construidas de modo directo para transmitir una idea clara.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Claridad	36	36%
Precisión	19	19%
Brevedad	45	45%

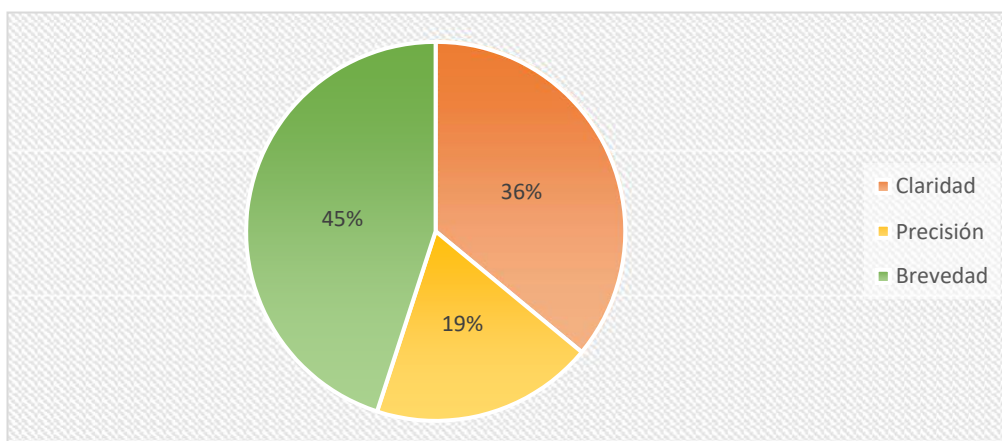
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 5

Los contenidos posteados se relacionan con las características periodísticas:



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Claridad (36) equivalente al 36%, Precisión (19) equivalente al 19%, y Brevedad (45) equivalente al 45%. Por lo que tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Brevedad (45%). Se considera que los contenidos posteados se relacionan con la característica periodística de brevedad

Tabla 6

Considera que el medio televisivo RTS en sus posts tiene buenos ángulos fotográficos

Entre los ángulos fotográficos encontramos normal, nadir, contrapicado, picado y cenital, los cuales ayudaran que nuestras fotografías llamen la atención

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	14	14%
De acuerdo	33	33%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	51	51%
En desacuerdo	1	1%
Muy en desacuerdo	1	1%

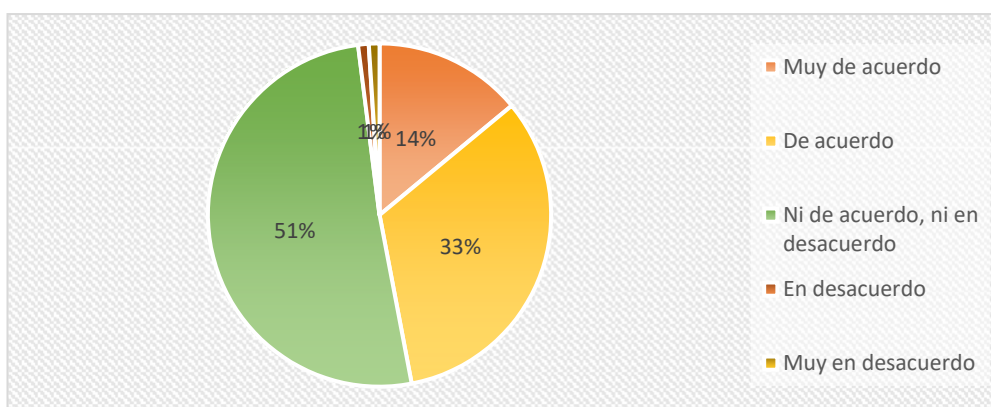
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 6

Considera que el medio televisivo RTS en sus posts tiene buenos ángulos fotográficos



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Muy de acuerdo (14) equivalente al 14%, De acuerdo (33) equivalente al 33%, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (51) equivalente al 51%, En desacuerdo (1) equivalente al 1% y Muy en desacuerdo (1) equivalente al 14%. Por lo consiguiente, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (51%). Donde el análisis se considera que los encuestados se encuentran en duda sobre si los posts realizados por RTS tiene buenos ángulos fotográficos.

Tabla 7

Cree usted que el medio postea información documentada

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	8	8%
De acuerdo	45	45%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	40	40%
En desacuerdo	7	7%
Muy en desacuerdo	0	0%

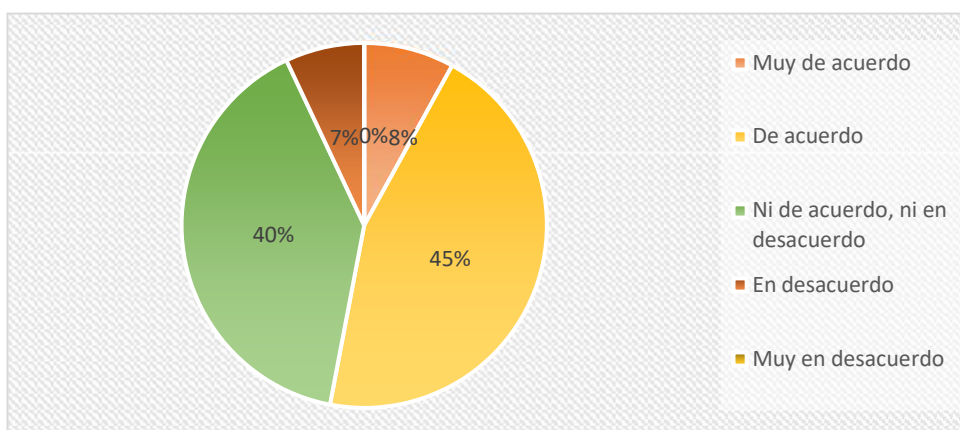
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 7

Cree usted que el medio postea información documentada



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Muy de acuerdo (8) equivalente al 8%, De acuerdo (45) equivalente al 45%, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (40) equivalente al 40%, En desacuerdo (7) equivalente al 7% y Muy en desacuerdo (0) equivalente al 0%. Por lo consiguiente, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: De acuerdo (45%). Donde el análisis se considera que los seguidores se encuentran de acuerdo que el medio postea información documentada.

Tabla 8

Son de total importancia las imágenes y sonidos en los posts informativos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	41	41%
De acuerdo	40	40%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	16%
En desacuerdo	2	2%
Muy en desacuerdo	1	1%

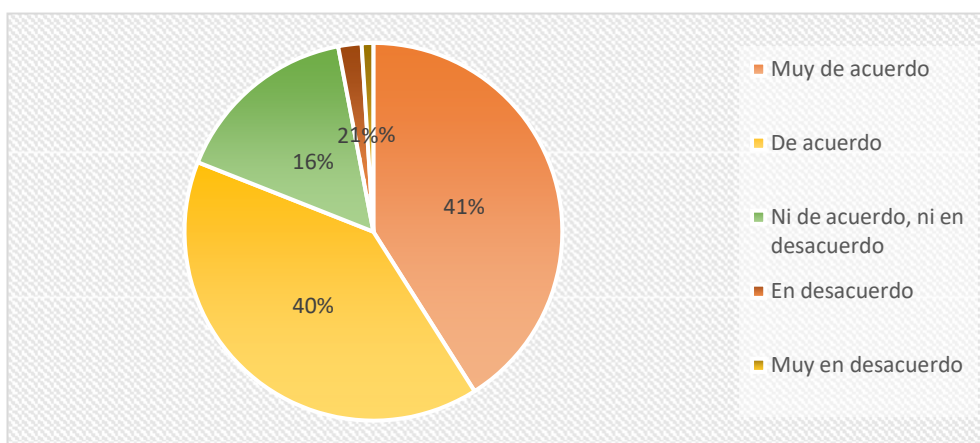
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 8

Son de total importancia las imágenes y sonidos en los posts informativos



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Muy de acuerdo (41) equivalente al 41%, De acuerdo (40) equivalente al 40%, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (16) equivalente al 16%, En desacuerdo (2) equivalente al 2% y Muy en desacuerdo (1) equivalente al 1%. Por lo consiguiente, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Muy de acuerdo (41%). Donde el análisis se considera que efectivamente es de vital importancia las imágenes y sonidos en cada post informativo del medio de televisión RTS

Tabla 9

Según la sintáctica del lenguaje audiovisual, los planos y ángulos son de gran importancia

La sintáctica es la manera de estructurar y componer el lenguaje audiovisual, ya que, los planos y ángulos fotográficos influirán en el significado final del mensaje.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	47	47%
De acuerdo	39	39%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	12%
En desacuerdo	1	1%
Muy en desacuerdo	1	1%

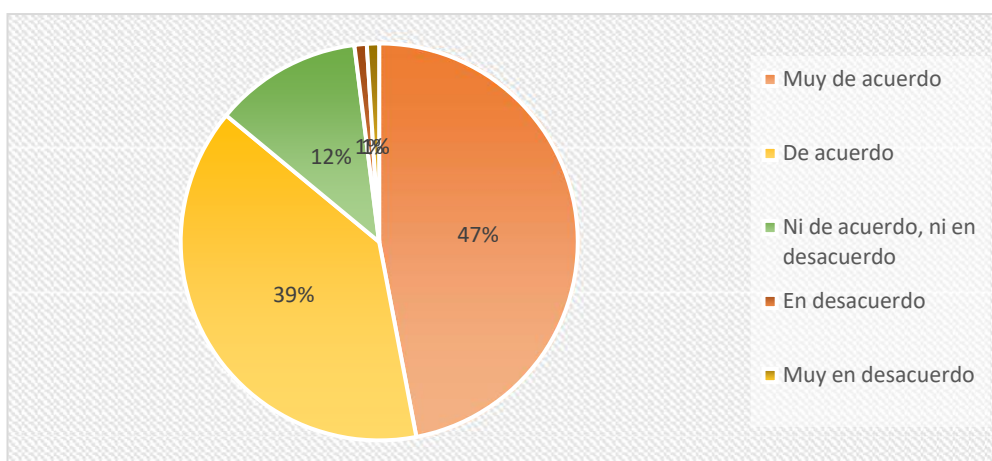
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 9

Según la sintáctica del lenguaje audiovisual, los planos y ángulos son de gran importancia



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Muy de acuerdo (47) equivalente al 47%, De acuerdo (39) equivalente al 39%, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (12) equivalente al 12%, En desacuerdo (1) equivalente al 1% y Muy en desacuerdo (1) equivalente al 1%. Por lo consiguiente, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Muy de acuerdo (47%). Donde el análisis se considera que la sintáctica del lenguaje audiovisual como son: los planos y ángulos son de gran importancia al momento de realizar una publicación informativa.

Tabla 10

Considera que el medio RTS maneja un lenguaje audiovisual adecuado en sus posts de Instagram

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	10	10%
De acuerdo	41	41%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	43	43%
En desacuerdo	4	4%
Muy en desacuerdo	2	2%

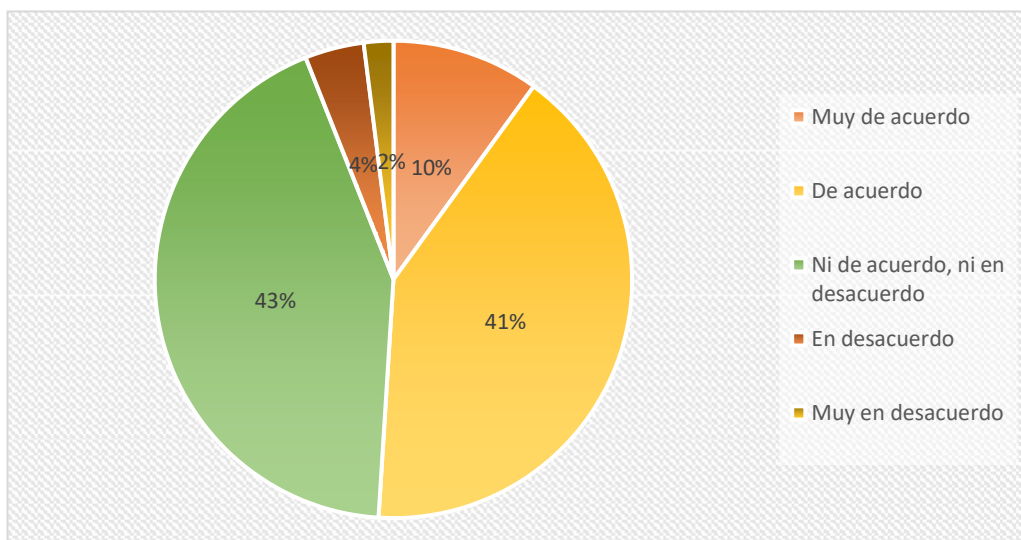
Fuente: Seguidores en Instagram del medio televisivo RTS de Guayaquil

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Gráfico 10

Considera que el medio RTS maneja un lenguaje audiovisual adecuado en sus posts de Instagram



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Fecha: Enero 2023

Análisis e interpretación: Los encuestados expresan: Muy de acuerdo (10) equivalente al 10%, De acuerdo (41) equivalente al 41%, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (43) equivalente al 43%, En desacuerdo (4) equivalente al 4% y Muy en desacuerdo (2) equivalente al 2%. Por lo que, tomando en consideración la mayor puntuación encontrado en la escala de mediación es: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (43%).

Así mismo, se realizó una observación a cada publicación en la cuenta de Instagram del medio televisivo RTS para posterior llenar una lista de cotejo.

Observación

N.	CRITERIO	ANÁLISIS
1	Los 1.233 posts de Instagram del medio RTS expone contenido periodístico	Dado lo observado el medio RTS en sus posts si expone contenido periodístico.
2	Los 1.233 posts de Instagram del medio RTS expone contenido informativo institucional	Así como el medio expone contenido periodístico, también publica contenido informativo institucional
3	Los contenidos posteados son de temática variada	Según la observación de las 1.233 publicaciones realizadas en lo que va de octubre a diciembre del 2022, sus contenidos son variados.
4	Los contenidos posteados son de interés público	En la cuenta de Instagram de RTS, se puede visualizar que sus contenidos son de interés público por la narrativa y lenguaje audiovisual que maneja.
5	Los contenidos posteados se publican en diversas plataformas digitales	Al ser de hechos informativos, se puede encontrar que también cuentan con página web y Facebook.
6	Los contenidos posteados están compuestos por signos lingüísticos	Dado lo analizado en su mayoría los contenidos cuentan con signos lingüísticos.
7	Los contenidos posteados usan un estilo claro, conciso y correcto	Cada publicación visualizada y analizada dio a conocer que los contenidos manejan un estilo claro, conciso y correcto.
8	Maneja un discurso narrativo	Según lo analizado si manejan un discurso narrativo.
9	Maneja un discurso descriptivo	Así mismo manejan un discurso descriptivo, al momento de compartir información.
10	Maneja un discurso expositivo	Si manejan un discurso expositivo en la mayoría de sus publicaciones.
11	Maneja un discurso argumentativo	Por otro lado, en sus publicaciones no manejan un discurso argumentativo.
12	Tiene contenido desinformativo	La cuenta de Instagram del medio televisivo RTS no tiene contenido desinformativo.
13	Tiene contenido de Post Verdad	Así mismo no mantiene contenido de post verdad.
14	Tiene contenido de difamación	En la cuenta de Instagram no se publican contenidos de difamación.
15	Mantiene un lenguaje audiovisual adecuado	Según lo evaluado si mantiene un lenguaje audiovisual adecuado teniendo un alcance de 683.503 like en sus reels.
16	Los contenidos reflejan inmediatez	Se puede observar que el medio publica de manera inmediata los sucesos.
17	Cuenta con información digital documentada	Dado lo analizado se constataron en los tres meses de investigación que si cuenta con información digital documentada
18	La participación de la audiencia es activa	Analizando los posts se puede palpar la participación de la audiencia con las publicaciones que realiza el medio a través de su cuenta de Instagram

Tabla 11

Observación de las publicaciones en Instagram del medio de televisión RTS de los tres últimos meses del 2022

Octubre	Imagen	Like	Comentario	Reels	Like	Comentario
Semana 1	78	46.050	1.907	46	89.304	3.153
Semana 2	56	34.993	966	19	54806	1789
Semana 3	64	41764	1408	31	65410	2737
Semana 4	64	51791	1277	33	46160	1552
NOVIEMBRE						
Semana 5	73	74308	1985	31	84572	3235
Semana 6	63	53459	1626	32	30128	1139
Semana 7	79	72932	1554	45	75935	1334
Semana 8	109	91984	2572	71	88884	1699
DICIEMBRE						
Semana 9	54	43949	764	30	27297	998
Semana 10	66	64741	1256	24	28857	674
Semana 11	65	38326	963	19	27576	694
Semana 12	52	31456	643	29	64574	1003
TOTAL	823	645.753	16.921	410	683.503	20.007

Gráfico 11

Interacción de likes del mes de octubre semanal

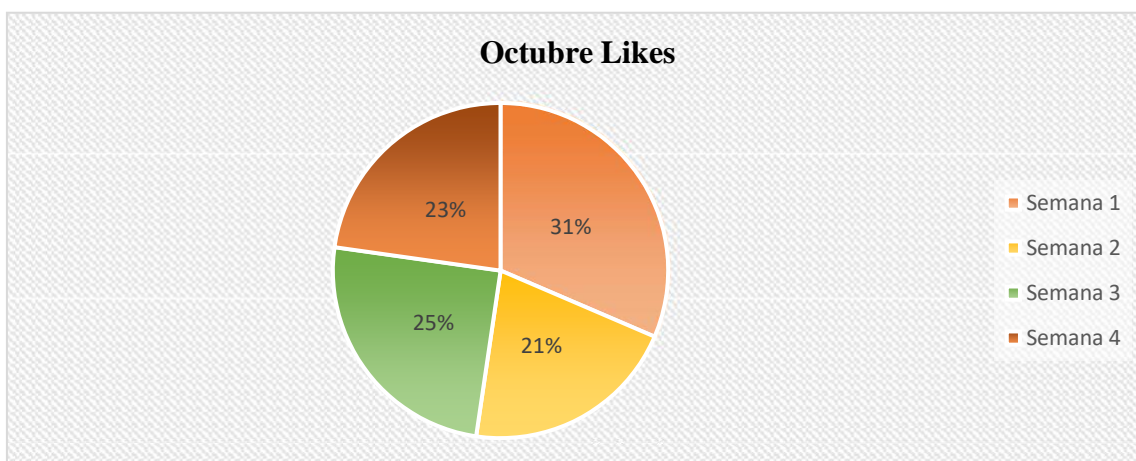


Gráfico 12

Interacción de comentarios del mes de octubre

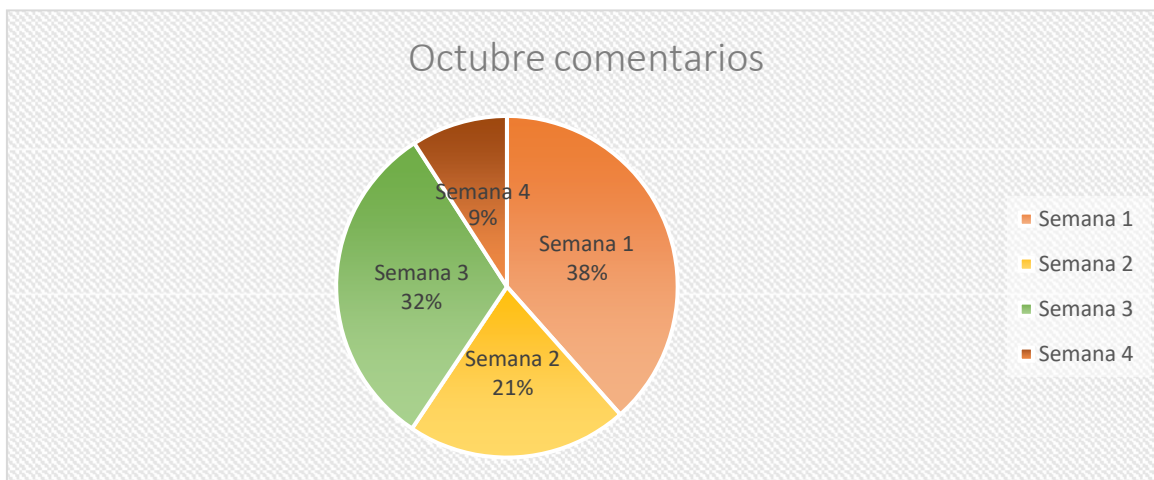


Gráfico 13

Interacción de likes del mes de noviembre semanal

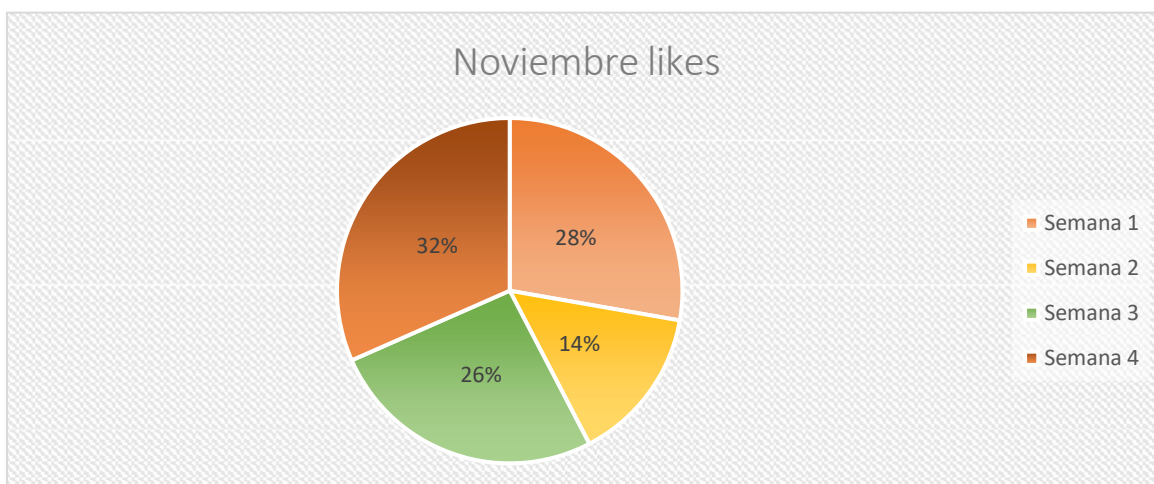


Gráfico 14

Interacción de comentarios del mes de noviembre

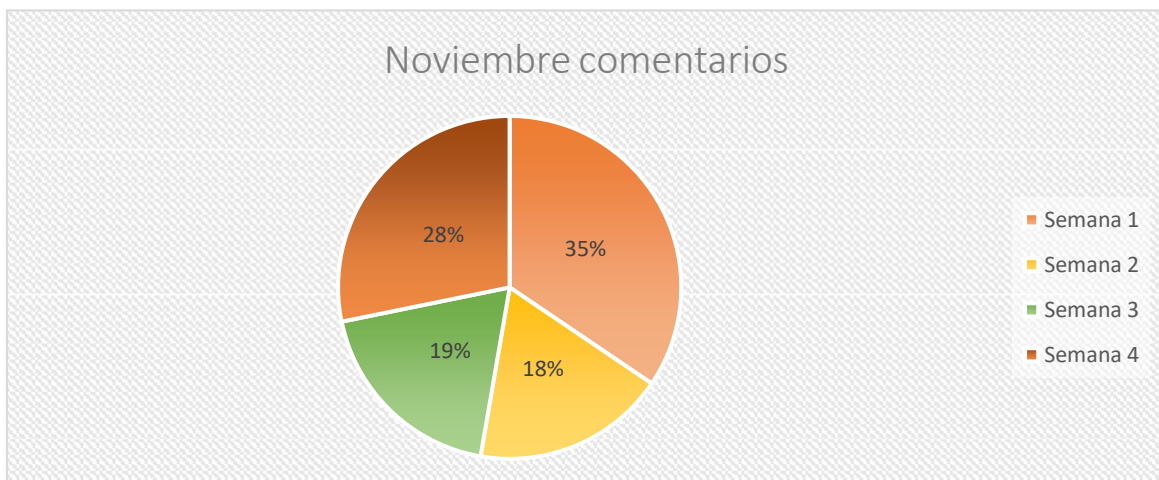


Gráfico 15

Interacción de likes del mes de diciembre semanal

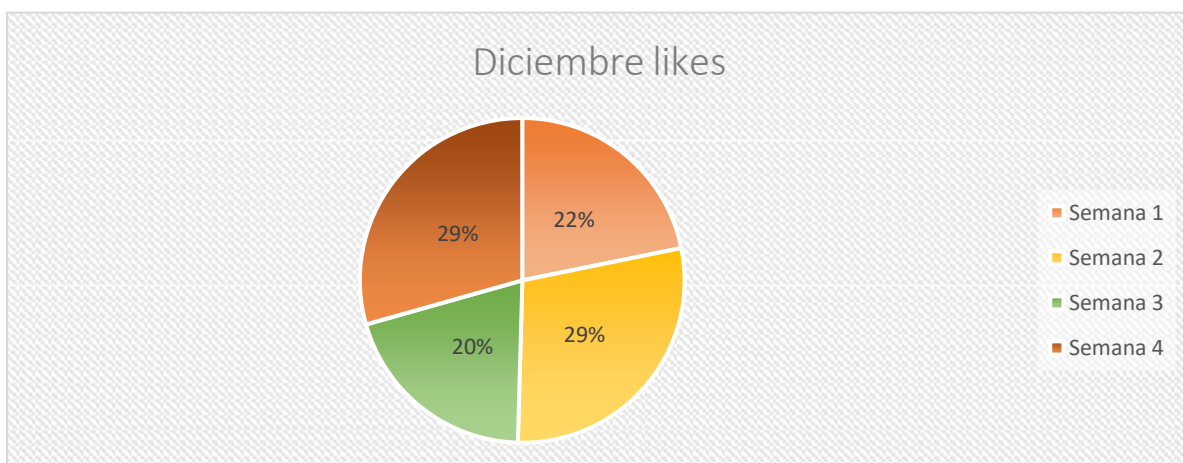
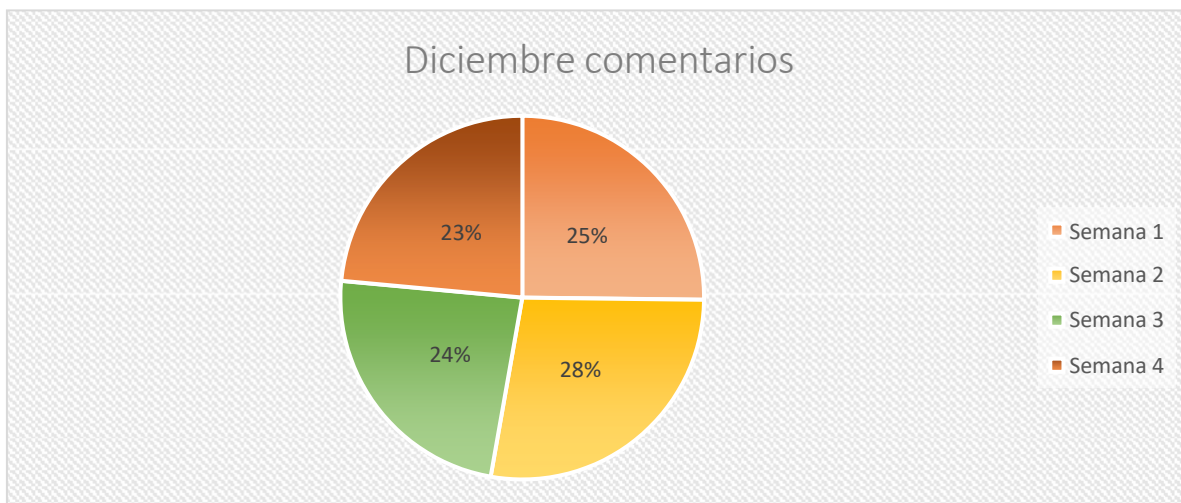


Gráfico 16

Interacción de comentarios del mes de diciembre



4.3 Discusión de resultados

Con el objetivo de evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS de Guayaquil, los resultados reflejaron a nivel general que este cumple con cada elemento en sus 1.233 publicaciones en la cuenta de Instagram que se han posteado en los últimos tres meses del 2022.

En el proceso de identificación a cada publicación del medio en la cuenta de Instagram, se identificaron los elementos implementados en dichos contenidos, los cuales han hecho resaltar la información compartida hacia los usuarios.

En tanto, el análisis realizado al lenguaje audiovisual que usa el medio RTS para atraer a la audiencia hacia el consumo se palpa que el más atrayente para sus seguidores dando como resultado de la cantidad de 683.503 likes y 20.007 comentarios en los reels, en cambio en publicaciones netamente de imágenes las reacciones fueron de 645.753 likes y 16.921 comentarios

En los resultados del trabajo se pudo apreciar que los seguidores en Instagram del medio televisivo consideran que es un medio informativo, pero a su vez la reacción ante sus publicaciones no es inmediata cuando de dato informativo se trata, pero cuando las publicaciones nos llevan a la parte emotiva al visualizar imágenes o videos de animales, cantantes, memes, entre otros, la reacción de los seguidores se puede palpar.

CONCLUSIONES

Es importante señalar que una de las finalidades de este proyecto es evaluar la narrativa digital como un recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual, donde se analizaron post de Instagram de los últimos tres meses del 2022, constatando que el medio cumple con gran parte de los elementos de la narrativa digital.

Se identificaron los elementos de la narrativa digital implementados en cada imagen y video posteados en la cuenta de Instagram por parte del medio televisivo RTS de Guayaquil identificando que llaman la atención de los seguidores.

Al realizar el diagnóstico en la cuenta pública de Instagram del medio televisivo RTS se visualizó que los videos (reels) tiene un mayor alcance en likes con 683.503 a diferencia de las imágenes que obtienen 645.753, ya que, se puede analizar que los

seguidores prefieren el lenguaje audiovisual donde se visualizan la mayor parte videos emotivos que informativos.

El contenido que desarrolla el medio RTS, es informativo, sea este nacional e internacional, de temas variados y en su gran parte emotivos. El medio usa los elementos adecuados al momento de transmitir la información a su audiencia

Si el medio de televisión RTS utilizará la narrativa digital como un soporte del lenguaje audiovisual persuadiría a sus seguidores a la interacción y consumo de cada programación y publicación, dado que, en la actualidad al estar inmersos en plataformas digitales como Instagram para la difusión de noticias la audiencia ha preferido más los posts de reels por la captación visual y auditiva inmediata, si se fusionaran ambas, se podría decir que el alcance de interacción seria mayor.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al medio usar la narrativa digital como un recurso del lenguaje audiovisual para mayor captación de audiencia
- Al medio televisivo compartir o difundir más publicaciones que informen, eduquen y a la vez entretengan a la audiencia.
- A los estudiantes seguir con la línea de investigación para intentar cambiar las perspectivas de los medios y no se desvíen de la creación de los medios comunicacionales.
- Seguir evaluando, identificando y analizando la narrativa digital y lenguaje audiovisual del medio televisivo.
- Se requiere fortalecer los nuevos escenarios digitales dado que las nuevas generaciones experimentarán cambios en la manera en que consume información.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Barja, A. C. (2019). *Tiempo y transiciones*. Universitat Oberta de Catalunya: <http://art-toolkit.recursos.uoc.edu/es/tiempo-y-transiciones/#:~:text=El%20tiempo%20en%20el%20lenguaje,subjativa%20de%20medir%20el%20tiempo.>

Bermúdez, D. C. (23 de Enero de 2020). *Herramientas del lenguaje audiovisual 1- Planos*. LinkedIn: https://es.linkedin.com/pulse/herramientas-del-lenguaje-audiovisual-1-planos-daniel-collazos?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card

CIPS. (31 de Enero de 2018). *Tipos de investigación*. https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf

Equipo editorial, E. (5 de Agosto de 2021). *Muestra estadística*. Concepto.de.: <https://concepto.de/muestra-estadistica/>

Estaún, M. (26 de Agosto de 2022). *IEBS*. Qué es un storytelling y como sacarle partido en redes sociales: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-storytelling/#:~:text=Storytelling%3A%20el%20arte%20de%20comunicar%20contando%20historias,-No%20hay%20que&text=Se%20trata%20de%20crear%20emoci%C3%B3n,historia%20que%20le%20est%C3%A1n%20contando.>

Hermann Acosta, A. (2015). Narrativas digitales como didácticas y estrategias de aprendizaje en los procesos de asimilación y retención del conocimiento. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, págs. 253-259.

Navarres, D. (31 de Marzo de 2019). *Dibujo Navarres*.

<https://dibujonavarres.files.wordpress.com/2019/03/elementos-del-lenguaje-visual.pdf>

Nieto, N. T. (25 de Junio de 2018). *Repositorio*. Tipos de investigación:

<http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>

Nosti, A. I. (2019). *Hacia la construcción colaborativa del conocimiento*. La narrativa digital como práctica pedagógica:

libros.uvq.edu.ar/assets/libro8/la_narrativa_digital_como_prctica_pedaggica.html

Ortega, C. (2022). *¿Qué es el muestreo por conveniencia?* Question Pro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>

Reyna, M. S. (2021 de Julio de 2021). *Discurso periodístico y argumentación*. Revista Mexicana de Comunicación.

<https://doi.org/mexicanadecomunicacion.com.mx/discurso-periodistico-y-argumentacion/>

Rico, T. (19 de 10 de 2016). *1.4 Morfología, sintaxis y semántica del lenguaje audiovisual*. Imagen y Expresión:

<https://imagenenlaeso.wordpress.com/2016/10/19/1-4-morfologia-sintaxis-y-semantica-del-lenguaje-audiovisual/>

Ruiz, A. (2 de Junio de 2022). *ESDESIGN*. Lenguaje audiovisual: estos son sus elementos principales:

<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio/lenguaje-audiovisual>

Sampieri, R. H. (2017). *Metodología de la investigación*.

<https://doi.org/https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Westreicher, G. (19 de mayo de 2020). *Método deductivo*. Economipedia.com:

<https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

Arcienega T., P. (2021). NARRATIVAS DIGITALES EN LA COMUNICACIÓN

CORPORATIVA CASO: YACIMIENTOS PETROLÍFEROS FISCALES

BOLIVIANOS (Y.P.F.B.) GESTIÓN 2017. *Universida Mayor de San Andrés*, 7-

69. Obtenido de

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26851/T->

[911.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26851/T-911.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hermann-Acosta, A., & Pérez-Garcias, A. (2019). Narrativas digitales, relatos digitales y narrativas transmedia. Revisión sistemática de literatura en educación en el contexto iberoamericano. *Revista espacios*, 40(41).

García, Á. P., & Rodríguez, I. S. (2023). El storytelling como recurso didáctico-comunicativo para fomentar la lectura. *Texto Livre*, 16, e40452-e40452.

Espinoza Z., A. (2021). NARRATIVA VISUAL DE LA APP TWITTER Y SU

INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE CONTENIDO DIGITAL EN LOS

ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL. *Universidad de*

Guayaquil,

16.

Obtenido

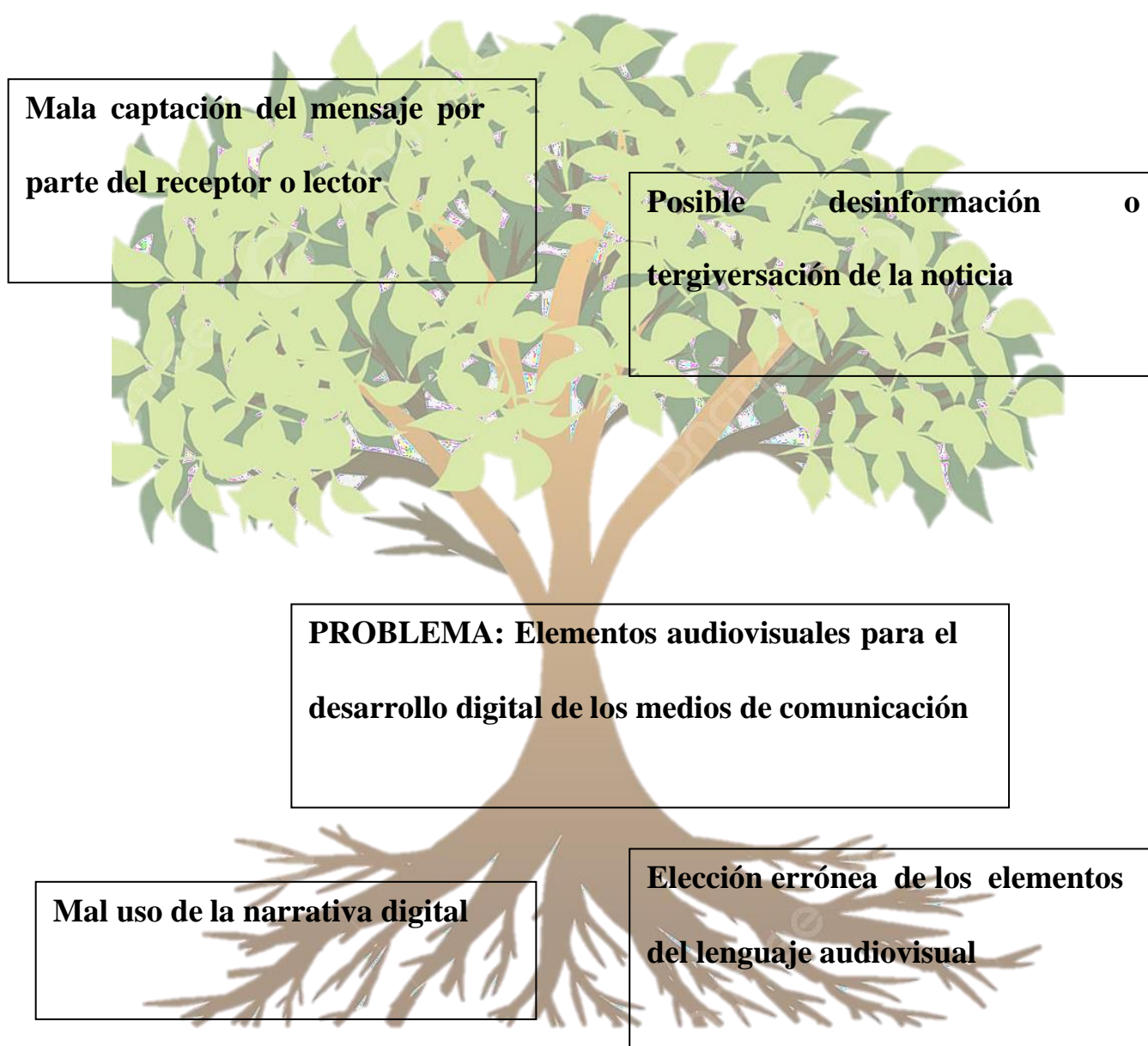
de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/59015/1/Narrativa%20visual%20de>

[%20la%20App%20Twitter%20y%20su%20influencia%20en%20el%20desarroll](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/59015/1/Narrativa%20visual%20de)

[o%20de%20contenido%20digital%20en%20los%20estudiantes%20de%20la%](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/59015/1/Narrativa%20visual%20de)

[20Universidad%20de%20Guayaquil.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/59015/1/Narrativa%20visual%20de)

Anexos**Anexo 1: Árbol de problema**

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM
V.I: Narrativa digital	Constituye un medio expresivo potente y diverso, exigiendo la reconfiguración de roles tradicionales del escritor y lector, con posibilidades de creación y de interacción.	Tipos de narrativa digital	Storytelling	El medio televisivo RTS que tipo de contenido expone en sus storytelling: -Informativo -Periodístico institucional ¿Cómo parte de la audiencia del medio RTS su participación es inmediata? El medio maneja un discurso: -Formal / Informal -Sensacionalista -Difamación -Post Verdad Los contenidos emitidos en la cuenta de Instagram del medio RTS son creíbles Los contenidos posteados se relacionan con las características periodísticas: -Claridad -Precisión -Brevedad
			Fragmentación de Audiencias	
		Discurso periodístico	Narrativo	
			Argumentativo	
		Características periodísticas	Brevedad	
			Claridad	
V.D: Lenguaje audiovisual	Es la combinación de sonidos e imágenes para la transmisión de un mensaje, considerándolo un sistema de comunicación que expresa emociones y significados.	Morfológica del lenguaje audiovisual	Elementos visuales	Considera que el medio televisivo RTS en sus posts tiene buenos ángulos fotográficos Cree usted que el medio postea información documentada Son de total importancia las imágenes y sonidos en los posts informativos Según la sintáctica del lenguaje audiovisual, los planos y ángulos son de gran importancia Considera que el medio RTS maneja un lenguaje audiovisual adecuado en sus posts de Instagram
			Elementos sonoros	
		Sintáctica del lenguaje audiovisual	Planos	
			Ángulos	
		Semántica del lenguaje audiovisual	El tiempo	
			Subjetividad	

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Anexo 3: Matriz de consistencia

Titulo	Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis Cualitativa	Variables	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
La narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio de televisión RTS en Guayaquil	¿Cuáles son los elementos que influyen en la narrativa digital en el lenguaje audiovisual de la audiencia del medio televisivo RTS?	<p>OG: Evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil</p> <p>OE1: Identificar los elementos de la narrativa digital del medio televisivo RTS de Guayaquil.</p> <p>OE2: Analizar el lenguaje audiovisual del medio RTS para atraer a la audiencia hacia el consumo televisivo.</p> <p>OE3: Identificar el contenido que desarrolla el medio RTS.</p>	¿Si el medio de televisión RTS utiliza la narrativa digital como soporte del lenguaje audiovisual persuadiría a la audiencia consumir a diario sus programaciones?	Narrativa digital	La narración digital es una ingeniosa combinación de voz personal, imágenes, música, sonido, y/o texto, por lo general se presenta como un breve video de 3-5 minutos. Se puede adoptar diversas formas, tales como” videos artísticos, documentales y guiones.	<p>-Tipos de narrativa digital.</p> <p>-Discursos periodísticos.</p> <p>- Características periodísticas</p>	<p>-Storytelling</p> <p>-Fragmentación de audiencias</p> <p>Narrativo</p> <p>Argumentativo</p> <p>-Brevedad</p> <p>-Claridad</p>	Observación	Lista de Cotejo
				Lenguaje audiovisual	La verdadera significación en el lenguaje audiovisual la portan elementos que no pueden ser considerados propiamente signos (escala de planos, composición, color, etc.). A diferencia de estos, cuyo valor es inmutable y denotativo, los elementos audiovisuales son principalmente connotativos y varían constantemente.	<p>-Morfológica del lenguaje audiovisual.</p> <p>-Sintáctica del lenguaje audiovisual.</p> <p>-Semántica del lenguaje audiovisual.</p>	<p>-Elementos visuales</p> <p>Elementos sonoros</p> <p>-Planos.</p> <p>-Ángulos.</p> <p>-El tiempo.</p> <p>-Subjetividad</p>		

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Anexo 4: Instrumentos**Técnica:** Observación**Instrumento:** Lista de cotejo**Institución:** RTS De Guayaquil**Red Social:** Instagram**Tema:** La narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio de televisión RTS en Guayaquil**Objetivo:** Evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil.**Escala de Likert:** Nunca (1) Raramente (2) Ocasionalmente (3) Frecuentemente (4) Muy frecuentemente (5)

Lista de cotejo de post publicitario del medio televisivo RTS de Guayaquil en red social Instagram						
N.	Criterio	1	2	3	4	5
1	Los 1.233 posts de Instagram del medio RTS expone contenido periodístico					
2	Los 1.233 posts de Instagram del medio RTS expone contenido informativo institucional					
3	Los contenidos posteados son de temática variada					
4	Los contenidos posteados son de interés público					
5	Los contenidos posteados se publican en diversas plataformas digitales					
6	Los contenidos posteados están compuestos por signos lingüísticos					
7	Los contenidos posteados usan un estilo claro, conciso y correcto					
8	Maneja un discurso narrativo					
9	Maneja un discurso descriptivo					
10	Maneja un discurso expositivo					
11	Maneja un discurso argumentativo					
12	Tiene contenido desinformativo					
13	Tiene contenido de Post Verdad					
14	Tiene contenido de difamación					
15	Mantiene un lenguaje audiovisual adecuado					
16	Los contenidos reflejan inmediatez					
17	Cuenta con información digital documentada					
18	La participación de la audiencia es activa					

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Tema: La narrativa digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio de televisión RTS en Guayaquil

Objetivo: Evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil.

Escala de Likert: Muy de acuerdo (1) De acuerdo (2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (4) Muy en desacuerdo (5)

		1	2	3	4	5
Narrativa digital						
1.	El medio televisivo RTS que tipo de contenido expone en sus storytelling: -Informativo -Periodístico institucional					
2.	¿Cómo parte de la audiencia del medio RTS su participación es inmediata?					
3.	El medio maneja un discurso: -Formal / Informal -Sensacionalista -Difamación -Post Verdad					
4.	Los contenidos emitidos en la cuenta de Instagram del medio RTS son crebles					
5.	Los contenidos posteados se relacionan con las características periodísticas: -Claridad -Precisión -Brevedad					
Lenguaje audiovisual						
6.	Considera que el medio televisivo RTS en sus posts tiene buenos ángulos fotográficos					
7.	Cree usted que el medio postea información documentada					
8.	Son de total importancia las imágenes y sonidos en los posts informativos					
9.	Según la sintáctica del lenguaje audiovisual, los planos y ángulos son de gran importancia					
10.	Considera que el medio RTS maneja un lenguaje audiovisual adecuado en sus posts de Instagram					

Elaborado por: Katherine Elizabeth Erraez Saltos



Lcdo. David Xavier Echeverria Maggi, Mgrtr.

Juez Experto
C.I: 0921717708

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE
CONTENIDO POR JUICIO DE
EXPERTOS**

TÍTULO:	La Narrativa Digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio de televisión RTS en Guayaquil
AUTOR:	Katherine Elizabeth Erraez Saltos

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA NOMINAL				CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				1	2	3	4	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Narrativa Digital	Tipos de narrativa digital	Storytelling	El medio televisivo RTS expone contenido informativo, periodístico e institucional en sus storytelling					X		X		X		X		
		Fragmentación de audiencias	Como parte de la audiencia del medio RTS su participación es inmediata					X		X		X		X		

	Discurso periodístico	Formal	Maneja un discurso formal, informal, sensacionalista, difamación o de post verdad						X		X		X				
		Sensacionalista	Las publicaciones cuentan con información digital documentada						X		X		X		X		
	Características periodísticas	Brevedad	Los contenidos posteados se relacionan con las características periodística: claridad, precisión, brevedad.						X		X		X		X		
Variable Dependiente: Lenguaje audiovisual	Morfológica del lenguaje audiovisual	Imágenes	Son de total importancia las imágenes y sonidos en los posts informativos						X		X		X		X		
		Sonidos	Considera que el medio RTS maneja un lenguaje audiovisual adecuado en sus posts de Instagram						X		X		X		X		
		Planos	Según la sintáctica del lenguaje audiovisual, los planos son de gran importancia						X		X		X		X		

	Sintáctica del lenguaje audiovisual	Ángulos	Considera que el medio televisivo RTS en sus posts tiene buenos ángulos fotográficos						X		X		X		X							
	Semántica del lenguaje audiovisual	El tiempo	Cree usted que el medio postea información digital documentada						X		X		X		X							

Fecha, Santa Elena 14 de enero del 2023



Lcdo. David Xavier Echeverria Maggi, Mgtr.

Juez Experto

C.I. 0921717708

**VALIDEZ DE CONTENIDO
DEL INSTRUMENTO**

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Katherine Elizabeth Erraez Saltos	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La Narrativa Digital como recurso para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio de televisión RTS en Guayaquil		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Encuesta - Lista de Cotejo	
Objetivo:	Evaluar los elementos de la narrativa digital utilizados para el desarrollo del lenguaje audiovisual del medio televisivo RTS en Guayaquil.	
Dirigido a:	Seguidores de la cuenta oficial del medio RTS en la plataforma Instagram	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Echeverría Maggi David Xavier	
Documento de Identidad:	0921717708	
Grado Académico:	Magister	
Especialidad:	Diseño Multimedia y Producción Audiovisual	
Experiencia Profesional (años):	10 años docente	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Santa Elena, 14 de enero de 2023



Lcdo. David Xavier Echeverría Maggi, Mgtr.
Juez Experto
C.I. 0921717708