



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**COMO INCIDE EL USO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LA
COMUNICACIÓN SOCIAL (PERIODISMO EN EL ECUADOR)**

AUTORA:

YOMARA YAMINE HIDALGO ORAMAS

TUTOR:

MSC. MANUEL ELÍAS PIEDRAHITA AGUIRRE

BABAHOYO – ECUADOR

2021 – 2022

RESUMEN

El presente desarrollo del caso de estudio aborda el análisis de la incidencia de las plataformas digitales en la comunicación social del Ecuador, se puede observar que el periodismo ha tenido cambios significativos a la hora de transmitir información a su audiencia. Cuando existen cambios en el entorno obliga a los negocios, servicios y actividades informativas adaptarse a las nuevas necesidades o tendencias que se está atravesando con el objetivo de satisfacer lo que la sociedad requiera.

En la actualidad las nuevas tendencias han provocado que el periodismo se esfuerce por aprender sobre nuevas herramientas e instrumentos para interactuar con las personas, buscan un negocio sostenible, rentable y sensible a las novedades que existen en el país. Es por ello que hoy en día existe una gran influencia de canales de noticias en las redes sociales que llegan de manera más rápida y ágil a la sociedad, teniendo como ventaja poder presentar las últimas novedades que suceden en el país en tiempo real y con veracidad.

Palabras claves: periodismo, redes sociales, tendencias, marketing digital.

ABSTRACT

The present development of the case study addresses the analysis of the incidence of digital platforms in social communication in Ecuador, it can be seen that journalism has had significant changes when transmitting information to its audience. When there are changes in the environment, it forces businesses, services and informational activities to adapt to the new needs or trends that are being crossed in order to satisfy what society requires.

Currently, new trends have caused journalism to strive to learn about new tools and instruments to interact with people, they seek a sustainable, profitable business and sensitive to the news that exists in the country. That is why today there is a great influence of news channels on social networks that reach society more quickly and agilely, having the advantage of being able to present the latest news that happens in the country in real time and with veracity. .

Keywords: journalism, social networks, trends, digital marketing.

INDICE GENERAL

Contenido

RESUMEN	2
I. INTRODUCCIÓN	5
II. DESARROLLO	6
2.2 OBJETIVO	8
2.3. SUSTENTOS TEÓRICOS	9
2.4 TECNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	13
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS.....	15
III. CONCLUSIONES.....	21
IV. RECOMENDACIONES	23
V. BIBLIOGRAFÍA	24
VI. ANEXOS	26

I. INTRODUCCIÓN

El avance tecnológico y las nuevas tendencias en el mundo han provocado cambios en la sociedad permitiendo una comunicación más ágil e inmediata con todas las personas a través de las redes sociales, con el paso del tiempo estos medios se han convertido en parte fundamental de nuestro vivir debido a la interacción que nos permite mantener con uno o más personas.

Es importante destacar que la pandemia del covid-19 forjó a negocios, empresas, medios de comunicación a introducirse en el internet para potenciar sus ventas y audiencias. Las redes sociales con su constante evolución actualizo sus aplicaciones con la finalidad de que los pequeños, medianos y grandes empresarios puedan utilizar estos medios para usar como marketing de sus negocios y atraer más clientes a sus empresas, a través de una comunicación en vivo, post diarios, entre mas factores que integran las redes sociales.

La comunicación social no es la excepción y el objetivo del desarrollo de la investigación es conocer la incidencia de las plataformas digitales en la comunicación social en el Ecuador, debido a la gran demanda existente de profesionales en la carrera y las pocas plazas de empleo a causa del fenómeno natural, teniendo como incremento canales de transmisión de información digital a través de las redes sociales que a su vez han tenido gran impacto dentro de la población, son los medio más utilizado por la población para obtener información sobre las ultimas noticias que pasan en el país, debido a que permiten que la información llegue de manera inmediata y rápida a la audiencia.

II. DESARROLLO

JUSTIFICACION

La comunicación social es un medio de interacción que nos permite comunicarnos y dar a conocer a las personas los cambios tecnológicos, sociales, políticos, entre otros aspectos de interés común que se dan en el mundo o región local, esta investigación es de gran importancia porque nos ayuda a conocer como el uso de las plataformas digitales han tomado posicionamiento a la hora de informar cualquier tipo de noticias o farándula dentro del país de modo que permite que actuales profesionales en la materia puedan incursionar por medio de las plataformas digitales de manera más eficiente reduciendo costos de inversión por la disminución de uso de equipos tecnológicos y además por la facilidad de poder llegar al público en cualquier parte del mundo.

La comunicación digital y el internet se han convertido en un factor fundamental en la vida de las personas siendo uno de los escenarios con mayor privilegio del siglo XXI, es por ello que es de gran importancia además que se pueda profundizar sobre este tema dentro de la carrera de comunicación social ya que les va a permitir plantearse nuevas cuestiones sobre su perfil académico y profesional en la nueva era del periodismo y comunicación digital.

La nueva revolución tecnológica está marcada por la expansión de internet desde la década de 1990, desde el uso de solo el mundo militar y científico, a lo popular y real internacional. Internet tiene la virtud de causar sensación libertad de expresión sin precedentes en la historia de la comunicación. Sí los periódicos, la radio y la televisión tradicional han abierto un espacio para las personas participe de su audiencia, pueden recibir en internet las reacciones, y análisis de lectores, oyentes y espectadores son casi

instantáneamente a través de múltiples canales de chat, foros, etc. Los usuarios pueden cargar información al sistema en la red casi libre. (Mena, 2009, pág. 14)

El caso body positivo es un fenómeno que logro impactar las plataformas digitales como se dio en instagram, como se conoce durante los últimos años los cuerpos naturales es un factor que ha incidido en las personas, en tiempos remotos diseñaron la mente de las mujeres que las medidas exactas para cuerpos ideales debían ser 60-90-60 a través de campañas publicitarias, modelos, causando enfermedades y trastornos que afectaban la salud de las personas pero repentinamente surgió un cambio radical donde la evolución de la figura de una mujer se considerado como perfecta es a través de ser una mujer real sin complejos ni estereotipos que la denominen.

Este movimiento trata de dar voz a los cuerpos marginados, cuerpos que rara vez, si alguna vez, se ven en los principales medios de comunicación; en publicidad, en televisión, en el mundo de la moda. Se centra en abrazar la diversidad, en lugar de luchar por un tipo perfecto según lo decretado por la sociedad. Y sobre la autoaceptación. Y va dirigido especialmente a las mujeres, que son la parte que más sufre ese tipo de acoso. (AIRE)

El lema mujeres con cuerpos reales inicia hace varios años atrás en la que tuvo gran presencia en la red, teniendo como visión ajustar los ideales de belleza y que las mujeres puedan mostrarse tal cual son utilizando instagram subiendo imágenes demostrando que no existen ningún ideal de belleza único ya que cada una de las mujeres posee una característica que la hace única. La manera en la que instagram y el body positive se encuentran enlazados es porque se hizo uso de hashtags donde las personas escribían en las publicaciones. La modelo plus size Tess Holliday, creo la cuenta de instagram @effyourbeautystandars

lanzando una campaña de hashtags de igual nombre que la pagina, que traducido significa los estándares de belleza, ante repuesta aquellos medios que sostenías que las mujeres con talla que no estuviese por debajo de una 40 no eran bellas. Con esta campaña la modelo llamaba a las mujeres sin importar su talla o el cuerpo, a que se sientan a gusto consigo mismas y subieran sus fotos bajo este hashtag. (Knight, 2018)

Esta investigación será de gran beneficio para cada uno de los próximos profesionales con el fin de tener un referente de cómo han influido las plataformas digitales en el periodismo durante los últimos años, también se busca determinar el impacto que tienen estas plataformas digitales en las vidas de las personas lo cual nos ayudara a tener mayor conocimiento sobre el posicionamiento de estos medios de comunicación en la era tecnológica haciendo que los profesionales en comunicación social puedan hacer uso de plataformas digital para desempeñarse contribuyendo a su experiencia laboral.

2.2 OBJETIVO

Objetivo General.

Determinar de qué manera influye el uso de plataformas digitales en la comunicación social existente en el Ecuador.

Objetivo Especifico.

- Analizar el periodismo digital y su evolución en la sociedad post pandemia.
- Determinar las ventajas y desventajas del uso de las plataformas digitales.
- Establecer de que manera la comunicación social digital está incidiendo en las plataformas digitales en la actualidad.

2.3. SUSTENTOS TEÓRICOS

Variable independiente: Plataformas Digitales

Variable dependiente: influencia en la Comunicación Social

Las noticias online promueven la libertad de opinión y expresión, lo que genera un nuevo espacio para los periodistas Las redes sociales se inundan de medios, con atributos de calidad, autenticidad y proximidad a todas las ciudades. Darse a conocer o agregar cierta información. (Cantos & Cumba, 2018, pág. 118)

No hay duda de que las noticias digitales están teniendo un impacto positivo en la sociedad actual, ella tiene muchos beneficios. La difusión de los periódicos digitales siempre ha sido un tema amplio en todo el mundo, porque los recursos que actualmente utiliza la sociedad proporcionan infraestructura de telecomunicaciones, una de las cuales son las noticias digitales, este tipo de medios brindar servicios inteligentes a los residentes, mejorar el nivel de desarrollo humano, cultura económica. (León & Rivera, 2018)

La mayoría de estos cambios en la difusión y distribución de contenidos surgen de la necesidad de que los medios se adapten a los estándares técnicos y los hábitos de comunicación de la audiencia. Sin embargo, aunque el número es pequeño, también se ha verificado la existencia de algunas prácticas. Por ejemplo, el canal de YouTube responde a la estrategia activa del propio grupo de comunicación, ávido de unir audiencias tradicionales con audiencias sociales, brindar nuevos espacios de consumo, y más, porque el público las acepta y las usa mismo que se mantiene en el tiempo. (Rivera & Romero, 2019, pág. 103)

Las plataformas digitales ocupan un 65 % del tiempo de los usuarios, estos medios digitales no solo conducen a una relación personal a la audiencia sino que lleva al consumo de información. Una tercera parte de clientes entre los 18 a 45 años ven noticias en la red, percatándonos como los individuos con el paso del tiempo de los cambios tecnológicos se mudaron de los medios clásicos a los en línea atraídos por la inmediatez y diversidad de información. (Bajaña, 2018, pág. 17)

Existen 60 medios digitales nativos en el Ecuador, según un mapeo realizado por Fundamedios hasta abril último. De sus resultados se desprende que en el país se hace periodismo en internet desde las cuatro regiones del país, con equipos mínimos o que pasan la docena, con recursos ajustados y deudas, pero con esfuerzos extraordinarios: más de uno ha pasado por la tentación de cerrar. (Jhon del Sillón , 2020)

En la actualidad, a diferencia de lo que ocurría hace 7 años, la mayoría de los medios de comunicación digital, originarios y migrados generan su propio clip de videos, siendo un recurso imprescindible para informar y conseguir un más grande alcance. Los formatos de dichos materiales audiovisuales, principalmente son los habituales de YouTube, con una duración promedio de 5 a 10 min, mientras tanto que para Facebook la duración frecuente ser de entre 2 a 3 min, manteniendo el mismo formato. La última tendencia tiene relación con las redes y medios sociales en la cual numerosas personas han considerado a dichos espacios como sitios de disipación que no aportan en nada a la sociedad. No obstante, para Cerezo, esta iniciativa es equivocada, haciendo referencia al pensamiento de Orihuela, quien declara que “los medios sociales no son un estorbo, son el hábitat cultural de los alumnos. (Vizueté, 2019)

Los medios tradicionales de todo el mundo han sido devastados por el contenido en línea. Las grandes empresas de comunicación gratuitas tienen que cerrar o bajar los precios de sus costos de producción, incluidos los despidos a gran escala o la consideración de nuevos modelos de negocio; pero más allá de eso, las empresas que intentan quedarse tienen que fusionar e incluso migrar a plataformas digitales para atraer la atención de las personas consumidores en la web, (Silvera, 2018) hace referencia a la cita realizada por (Maestro-Espínola, García-Santamaría, Pérez-Serrano, 2016) en la que menciona que no apoyan la teoría de "la democratización de la información condujo al conocido colapso del periodismo y al declive de los negocios que este suponía".

El trabajo de los "periodistas" ciudadanos se inspira en su confianza en un determinado medio, del que obtienen información. Según el aporte de Rodrigo-Mendizábal (2016, p. 666), con base en la investigación del centro de investigaciones en comunicación y opinión pública de la universidad hemisferio (CICOP), el nivel de credibilidad de los medios, especialmente la credibilidad de los medios. Las noticias escritas han mejorado. Un análisis comparativo durante el período de análisis mostró que Ecuador ocupó el primer lugar en televisión con un promedio de 31,4%, y las noticias escritas ocuparon el primer lugar en el comercio con un promedio de 30,7%. Radio visión también encabezó la lista con un 36,5%, en el sitio web el comercio con un 24,2% y el diario online Ecuador volvió a destacar de inmediato con un 16,1% de credibilidad en la opinión pública. (Castillo & Quezada, 2019)

La importancia de las redes sociales no es tangible ni concreta, sino una tendencia que no ha permitido deshacerse de las palabras. Por lo tanto, los periodistas asignados a los roles de administradores y mediadores de la red se han convertido en "community managers"

o administradores comunitarios sin una orientación profesional o estratégica de áreas específicas otorgada por la formación académica. Por tanto, se corre el riesgo de reaccionar ante la nueva realidad de forma superficial, fragmentada e improvisada. (Gutiérrez & Zurita, 2012)

Las nuevas tecnologías conforman nuevas audiencias con intereses y formas de comportamiento diferentes. El papel del periodista sigue siendo cubrir las necesidades informativas de éstas, pero atendiendo a la realidad que le exige adaptarse a las dinámicas interactivas en el consumo, producción y distribución de la información. (Carrillo, 2016)

Elegir continuar con el periodismo en internet es la mejor opción, no solo porque no está supervisado ni controlado por ninguna agencia gubernamental, sino porque está la opción más económica, como decía Juan Carlos Calderón: “en ese momento no teníamos recursos, porque aunque puedes vender esta versión, debes apuntar a otra el nombre es diferente en el mercado, imprimimos casi 7000 copiar con vanguardia, claro que es muy caro, papel y tinta, etc., y más problemas salariales. También porque es divertido entrar en el mundo digital, aunque existen algunas opciones digitales muy poderosas, como ecuador inmediato, ecuador en vivo, la republic, pero en realidad son recolectores de noticias e información, no generadores de información, algunos de hecho se generan, pero la mayor parte del centro es recopiladores de información, nos propusimos producir noticias de investigación. No está en la web, se actualiza una vez a la semana y está funcionando lo mismo ocurre con el periodismo en profundidad, esta es nuestra protesta y por eso la digitalizamos.” (Lema, 2019)

Aunque la tecnología y las plataformas digitales de informantes pueden ser de una gran ayuda para los periodistas que quieren trabajar con informantes, no hay ninguna solución técnica que pueda ofrecer un 100% de seguridad. La tecnología tras estas plataformas ciertamente es capaz de otorgar los más altos estándares de seguridad disponibles hoy, pero la tecnología en sí misma no soluciona todo, y los modelos de amenaza pueden cambiar según el contexto. (Salvo, 2020)

2.4 TECNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Método Analítico

Este método nos permitió analizar y descomponer la problemática a través de la investigación de diversos artículos relacionados al tema expuesto, que ayudaron profundizar en el tema con el fin de establecer la influencia de las plataformas digitales en la comunicación social en el Ecuador debido a la demanda de profesionales y periodistas existente donde las plazas laborales han disminuido significativamente.

Método Bibliográfico

Este método fue de gran aporte a la investigación debido que permitió utilizar referencias bibliográficas con el fin de evidenciar las posturas teóricas de varios libros anteriormente analizados con la finalidad de respaldar los criterios vertidos en la investigación. Es importante destacar que este método nos permitió cubrir una gama de fenómenos que suceden en la sociedad con relación al auge de las plataformas digitales.

Investigación Cualitativa

Es un método de ayuda para evaluar datos no homogéneos para profundizar los criterios y hechos reales de la investigación haciendo que la misma sea de manera más eficaz y con resultados veraces, con la capacidad de revelar hechos concurrentes que están sucediendo en la actualidad frente a este fenómeno tecnológico como son las plataformas digitales inmersas en los profesionales y sociedad actual.

Población y muestra

El presente estudio de caso está dirigido a profesionales que se encuentran inmersos en plataformas digitales a través de canales de noticias y farándula en el Ecuador.

La evolución de la tecnología y la disminución de plazas de empleo causado por la pandemia del covid-19 en el año 2020 ocasiono que profesionales en la comunicación social tomen los medios digitales como una nueva forma de interactuar con las personas, acelerando las tendencias emergentes.

Técnicas e Instrumentos de investigación

Como instrumentos de recopilación de datos se realizo la encuesta a profesionales que en la actualidad se encuentran inmersos en programas digitales como medio de interacción con las personas y que a su vez este se ha convertido en una fuente de ingresos para aquellas personas. Este instrumento se llevo a cabo a través de un cuestionario de preguntas realizadas por medio de herramientas digitales que nos permitirá tener información eficaz para el desarrollo de la investigación.

Encuesta

Los formularios Google nos permitieron evaluar la influencia de las plataformas digitales debido a la encuesta realizada con un banco de preguntas a 20 medios de comunicación que hay en el Ecuador, exponiendo criterios de manera personal sobre esta nueva manera de hacer periodismo permitiendo conocer cada una de las opiniones con el fin de plantear recomendaciones factibles para la investigación.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Con el auge de medios digitales la información y contenidos llegan de forma inmediata a los usuarios, debido a que tienen la capacidad de transmitir en vivo de manera más dinámica, rápida y económica convirtiéndose en un medio de excelencia.

Como se puede ver el internet es un indicador que ha generado que los profesionales en la comunicación social se enfrente a grande retos, como es poder impactar a los consumidores con gran contenido a través de medios digitales con el fin de fidelizar su audiencia, destacando que las plataformas digitales se han convertido en un medio de interacción más utilizado por las personas disminuyendo así cada vez más el uso televisivo.

La comunicación social a través de los medios digitales es de gran beneficio para los profesionales de la comunicación social porque permite que estos puedan desarrollar sus habilidades y conocimientos adquiridos en su periodo académico plasmándoles en estos medios, sin embargo se considera que dentro de del tiempo académico es de gran importancia contribuir con enseñanzas acerca de marketing digital, uso de nuevas tecnologías que permitan reducir costos, que exista una cátedra alineada al periodismo digital con el objetivó de prepararlos ante esta nueva era digital que con el paso del tiempo aportara muchos más beneficios.

A través de la investigación se pudo observar que muchas de las personas sienten desconfianza por la información vertida en estos medios digitales debido a que ciertos comunicadores carecen de profesionalismo, piensan que al distorsionar la información van a traer más audiencia convirtiéndose en uno de los más grandes desafíos que tienen los comunicadores que si quieren hacer su trabajo de manera profesional.

Muchos de los profesionales que se encuentran inmersos en medios digitales no tienen el conocimiento del funcionamiento de esta herramienta mostrando la falta de aprendizaje sobre los avances tecnológicos, mismo que no pueden explotar por completo estas plataformas que pueden permitir llegar a muchas audiencias.

Hoy en día existe una gran demanda de uso de medios digitales para hacer periodismo, la innovación que introdujo medios sociales como Facebook, Twitter, Instagram las condujo no solo a ser una red social sino que además se ha convertido en el portavoz o creador de las noticias, el desarrollo de estos medios sociales generó la necesidad para los periodistas la actualización y adaptación a los nuevas herramientas informáticas, obligándolos a hacer más creativos a la hora de impartir la información .

Para la determinación de los resultados obtenidos en la investigación se utilizó como técnica de recopilación de datos la encuesta debido a que ofrecerá respuestas de manera más directas y aclaratorias a través de opciones múltiples permitiéndole al encuestado escoger una opción para tener datos concisos con el objetivo de tener un control sobre las respuestas que proporcionan. Los autores (Lopez & Fachelli, 2015) mencionan que “en estudios sociales, las encuestas se consideran primero tecnología de recolección de datos

interrogando al sujeto es obtener sistemáticamente el derecho de una pregunta de investigación construida previamente. La recopilación de datos es a través de cuestionarios, herramientas de recolección de datos (medición) y la forma de acuerdo para la pregunta gestionada (casilla de registro) entrevistas a la población o una muestra amplia el anonimato del sujeto”.

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL QUE UTILIZAN PLATAFORMAS DIGITALES COMO MEDIO DE INTERACCION EN EL ECUADOR

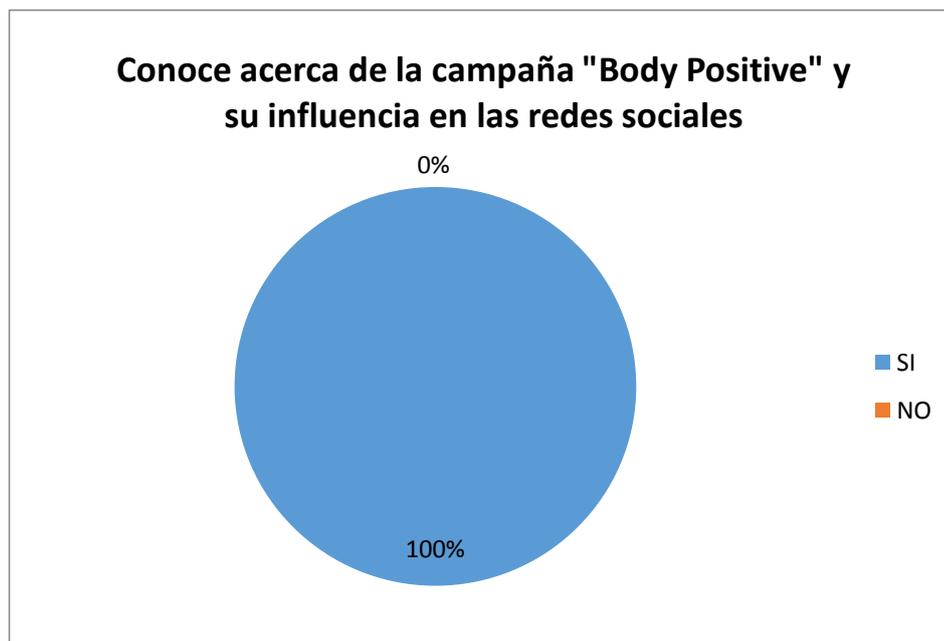
1.- Conoce acerca de la campaña body positive y su influencia en las redes?

Tabla 1: Conoce la campaña "Body Positive"

CAMPAÑA "BODY POSITIVE"	FRECUENCIA
SI	45
NO	0
TOTAL	45

Fuente: Datos de investigación

Elaborado por: Yomara Hidalgo



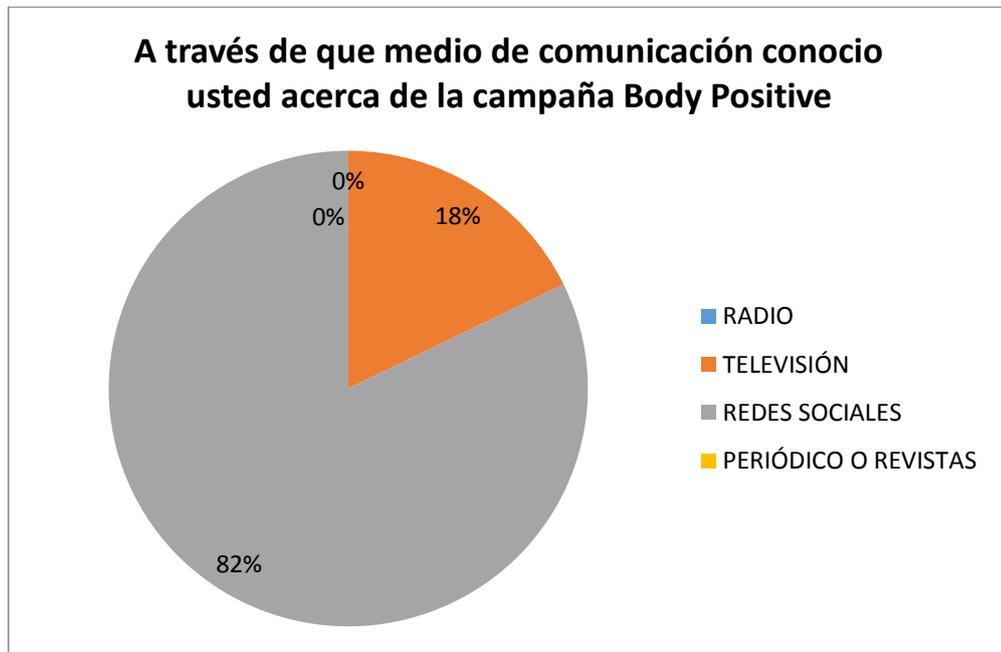
Análisis: Se observa en el gráfico mediante la tabulación de datos del presente caso investigativo que el 100% de las personas encuestadas conocen la campaña “Body Positive”, lo que indica que en su totalidad han escuchado o leído acerca del tema

2.- A través de qué medio de comunicación conoció usted acerca de la campaña “Body Positive”

Tabla 2: Medios de comunicación que ha utilizado la campaña

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA
RADIO	0
TELEVISIÓN	8
REDES SOCIALES	37
PERIÓDICO O REVISTAS	0
TOTAL	45

Fuente: Datos de investigación
Elaborado por: Yomara Hidalgo



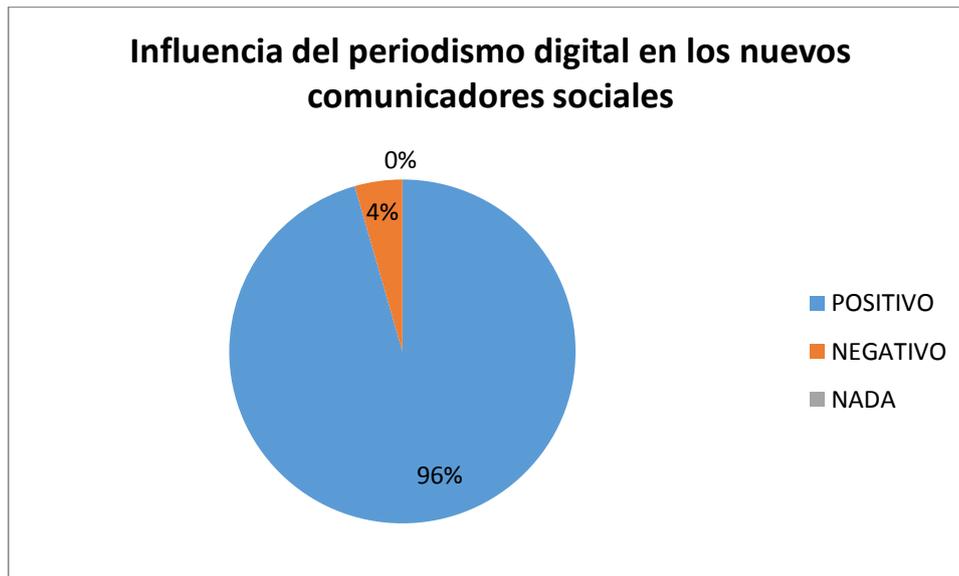
Análisis: La tabulación del gráfico nos muestra que el medio de comunicación que la mayoría de las personas encuestadas conocieron sobre Body Positive con un 82% a través de redes sociales y el 18% por la televisión; donde se indicaba que la mayoría de las personas optaron una tendencia durante la pandemia que fue el incremento del uso de las redes sociales como medio de recepción de información.

3.- Como considera la influencia del periodismo digital en los nuevos comunicadores sociales?

Tabla 3: Influencia del periodismo

PERIODISMO DIGITAL	FRECUENCIA
POSITIVO	43
NEGATIVO	2
NADA	0
TOTAL	45

Fuente: Datos de investigación
Elaborado por: Yomara Hidalgo



Análisis: La influencia del periodismo digital en los nuevos comunicadores sociales ha demostrado a través de la tabulación de datos mediante la encuesta con un 96% ha tenido un impacto positivo en los profesionales y un 4% de los encuestados mencionaron que ha tenido un impacto negativo debido a la carencia de conocimientos y desempeño en el medio televisivo.

III. CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo de la investigación se puede concluir que los profesionales en la comunicación social han tomado estrategias para poder llegar de manera más eficaz y económica a los miembros de familia de cada hogar, además la evolución tecnológica en este caso las redes sociales se han convertido en un factor indispensable en la vida de la sociedad.

Las plataformas digitales se han convertido en una estrategia de marketing para las empresas luego de la pandemia del covid-19 permitiendo así inducir a las personas adquirir bienes o servicios a través de apps, y la comunicación social no es la excepción muchas miembros de medios televisivos al quedar sin empleo por el fenómeno natural tuvieron la necesidad de buscar medios que permitan solvencia ya demás desempeñarse en su carrera profesional.

Los medios digitales ha contribuido en campañas de autoayuda personal como fue el caso de body positive cual fue transmitido en una de las plataformas con mayor audiencia como es instagram, mismo que modelos de talla plus como la llaman agencias de modelo coadyuvaron a cada una de las personas, en este caso mujeres a mostrarse tal cual aprender aceptarse y subir su autoestima, es importante destacar que en la actualidad aun se vive en medio de una sociedad llena de complejos y que fomenta a la destrucción de personalidad de cada una de las personas a través de sus opiniones vertidas.

Gran parte de programas de farándula en el Ecuador son transmitidos por medios digitales los cuales han permitido que profesionales en la carrera puedan ejercer su profesión y además puedan tener mejor accesibilidad tanto a las personas como financieramente ya

demanda menos gastos para transmitir un programa, para estos profesionales es un reto introducirse en estas plataformas por la carencia de conocimientos sobre como tener mayor audiencia en tan poco tiempo y poder tener fidelización de usuarios sobre los contenidos que estos vayan a transmitir.

IV. RECOMENDACIONES

Se deben realizar talleres sobre comunicación social digital, con la finalidad que estudiantes y profesionales de las Universidades puedan ir actualizando conocimientos sobre estas nuevas tendencias debido a que hoy en día se han convertido en las principales rutas de información entre las personas que a su vez atrae de forma masiva a los usuarios.

Para lo acotado anteriormente se debe incluir leyes reguladas para el periodismo digital, con la finalidad de que no se pierda la credibilidad, dar una información clara sin tener que poner en juego la reputación de las personas. La libre expresión y opinión que se puede generar a través de estos contenidos digitales ha generado inconformidades en ciertos casos en los usuarios, es por ello que al determinar leyes de sanción para aquellas personas que van más allá de una opinión libre, si no que buscan atacar a las personas inmersas en el pantalla, hará que exista el respeto y solidaridad entre las personas.

Otra solución para el mejor manejo de los medios digitales es poder crear alianzas con canales televisivos actuales y con mayor audiencia que aporten con el desarrollo de las habilidades de los estudiantes en todas las áreas como por ejemplo en contenido, camarógrafo, reportero, productor y presentador, mediante la incursión o espacios en plataformas digitales que sean de ayuda en sus prácticas pre-profesionales para los estudiantes, bajo la supervisión y enseñanza de personas que ya conocen como se debe desempeñar ante medios de comunicación , esto ayudara a que todos los estudiantes de diversas partes del país puedan tener mejores oportunidades de aprendizaje.

V. BIBLIOGRAFÍA

AIRE. (s.f.). *Aire Ancient Baths*. Recuperado el 2021, de <https://beaire.com/es/aire-magazine/body-positive>

Bajaña, K. (2018). *Medios digitales, responsabilidad social e impacto en la opinión pública de los Babahoyenses*. Universidad Tecnica de Babahoyo.

Cantos, J., & Cumba, E. (2018). El Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Revista Ciencias Sociales y Económicas - UTEQ Volumen 2, Número 1* , 115-129.

Carrillo, I. (2016). El papel del periodismo en la era de Internet. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad ISSN: 2007-3607* .

Castillo, C., & Quezada, L. (2019). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad. *INNOVA Research Journal ISSN 2477-9024, Vol 4, No. 2* , 90-101.

Gutiérrez, F., & Zurita, L. (2012). Las redes sociales y su impacto en el proceso de reparación y producción de noticias. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, vol. 3, núm. , 36-44*.

Jhon del Sillón . (14 de mayo de 2020). *La Nueva Tv*. Obtenido de <http://lanuevatvec.com/medios-alternativos-boom-en-ecuador/>

Knight, C. (2018). *El body positive como fenomeno social a través de Instagram*. Universidad Camilo José Cela.

Lema, S. (2019). *El periodismo en Ecuador durante la revolución ciudadana (2007-2015)*. Universidad Complutense de Madrid.

León, L., & Rivera, D. (2018). *Influencia del periodismo digital en nuestra sociedad actual*. Universidad Estatal de Milagro.

Lopez, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona .

Mena, J. (2009). *La importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores en Guayaquil*. Universidad Espiritu Santo.

Rivera, D., & Romero, L. (2019). *La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y prospectivas*. Pearson .

Salvo, P. d. (11 de noviembre de 2020). *Global Investigative Journalism Network*. Obtenido de <https://gijn.org/2020/11/11/el-auge-de-las-plataformas-digitales-de-informantes-y-como-funcionan/>

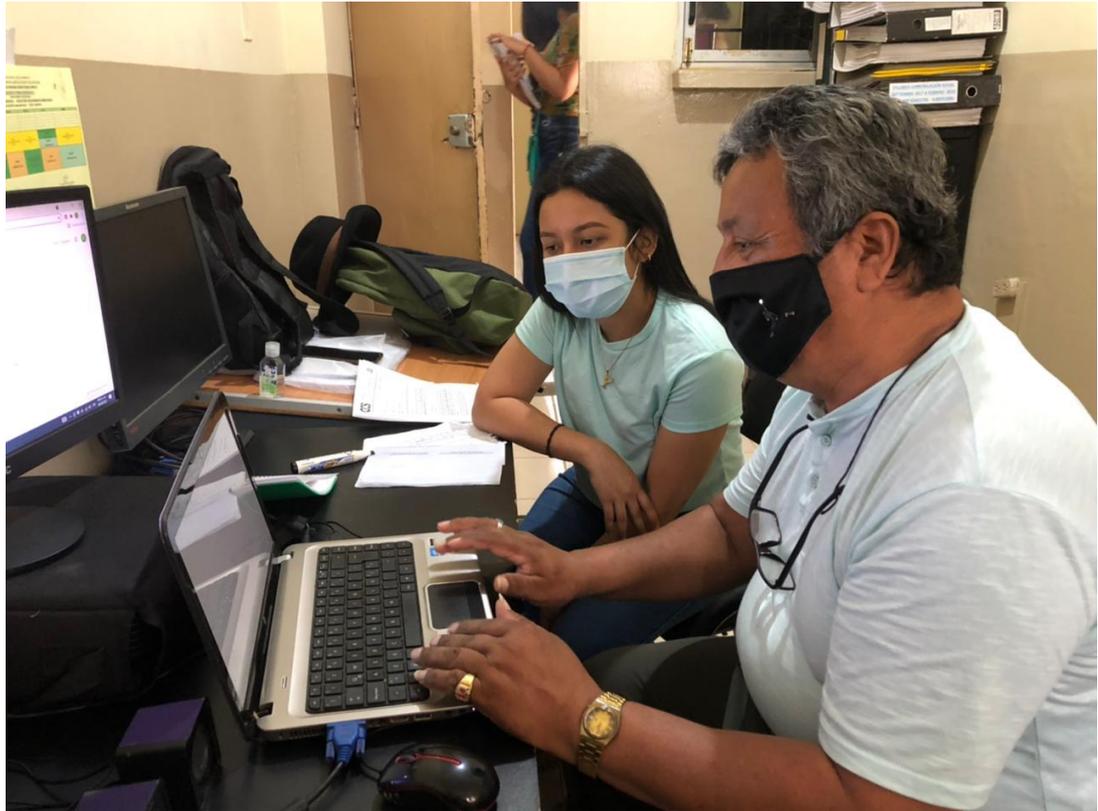
Silvera, K. (2018). *Plan de reestructuración digital para semanario El Milagreño*. Universidad Casa Grande.

Vizuite, A. (2019). *Periodismo digital en Ecuador. Analisis del website GK (GKILLCITY) como una nueva forma del ejercicio periodístico*. Universidad Centarl del Ecuador.

VI. ANEXOS







DATOS INFORMATIVOS PARA EL ANALISIS DE LA CAMPAÑA "BODY POSITIVE"

El presente formulario esta compuesto por preguntas estructurales de tipo abiertas y cerradas, con el objetivo de analizar la incidencias de las plataformas digitales en la campaña Body Positive.

 noreidymelendez2@gmail.com (no se comparten)
[Cambiar cuenta](#)

 Se guardó el borrador

Edad

25

Genero

Masculino

Femenina

[Borrar la selección](#)

Lugar de residencia

Babahoyo

1.- Conoce acerca de la campaña Body Positive y su influencia en las redes

- Sí
 No

Borrar la selección

2.- A través de qué medio de comunicación conoció usted acerca de la campaña "Body Positive"?

- Radio
 Televisión
 Redes Sociales
 Periódico o Revistas

Borrar la selección

3.- Que red social usted utiliza como medio de interacción de noticias?

- Facebook
 Instagram
 Twitter
 Otro

Borrar la selección

4.- Como considera la opinión de la sociedad acerca de la campaña "Body Positive" en el medio digital que usted utiliza frecuentemente?

- Muy de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

Borrar la selección

5.- Considera que la campaña de concientización sobre "Body Positive" ha utilizado todos los medios de comunicación para transmitir el mensaje a toda la sociedad?

- Sí
 No

Borrar la selección

Por qué?

Porque es una campaña de interés social mediático en las mujeres hoy en día los estereotipos de las mujeres es fuertemente criticado y esta campaña logro que las mujeres tengan mucho mas amor propio y que a su vez se acepten tal cual son

6.- De acuerdo a su experiencia obtenidas considera usted que los medios digitales en el Ecuador son de ayuda económica y efectiva para los profesionales?

- Sí
 No

justifique su respuesta

Los medios digitales han ayudado a que los profesionales de comunicación social puedan tener una alternativa como fuente de ingreso y de desarrollar sus habilidades y conocimientos adquiridos en su transcurso académico.

7.- Que impacto considera usted que ha tenido la campaña "Body Positive"

Ayudo aquellas mujeres que sentían presión social por los comentarios vertidos por personas que se ocultan a través de una red social ocasionando trastornos y a su vez se sientan vulnerables que llegan hasta el punto de la depresión.

8.- Piensa usted que las plataformas digitales ayudan al desarrollo de profesionales en comunicación social?

- Sí
 No

Borrar la selección

9.-De que manera influye el periodismo digital en los nuevos comunicadores sociales?

- Positivo
 Negativo
 Nada

Borrar la selección

10.- A su juicio ¿qué efecto ha tenido el internet sobre el periodismo?

- Lo ha mejorado
 Lo ha empeorado
 No ha tenido efecto

Borrar la selección

Enviar

Borrar formulario