



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



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

TEMA:

ANÁLISIS DE AUDIENCIA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK DEL
MEDIO DIGITAL CLICK DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, EN EL
PRIMER TRIMESTRE 2019

AUTOR(A):

VERA GARCÍA GRACIELA ROXANA

TUTOR:

MSC. MORA MUÑOZ OSCAR ALFREDO

BABAHOYO – ECUADOR

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	2
II.- DESARROLLO	3
2.1. JUSTIFICACIÓN	3
2.2. OBJETIVO	4
2.3. SUSTENTO TEÓRICO	5
2.3.1. Audiencia	5
2.3.2. Las audiencias migran a los medios digitales	6
2.3.3. Diversidad virtual	8
2.3.4. Red social Facebook	8
2.3.5. Medio digital	9
2.3.6. Medio digital click	10
2.4.1. Metodología cualitativa	11
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS	12
III. CONCLUSIONES	16
BIBLIOGRAFÍA.....	17

I. INTRODUCCIÓN

La audiencia viene del latín *audientia* y significa “grupo de personas que escuchan mientras que la red social Facebook fue creado por Mark Zuckerberg y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico.

El gran relato de nuestro tiempo, es que la tecnología es comunicación. Esta es la razón por la que el individuo busca en el internet la forma de poder expresar las ideas, pensamientos y adsorber información de la plataforma y saber lo que sucede en el entorno, con la tecnología como aliada las personas pueden saber lo que sucede al instante. Esto representa una gran oportunidad para las nuevas generaciones.

Desde la aparición del internet, llegó la red social Facebook que accede que diversos medios obtengan una cuenta para que los internautas logren tener la información y sean participe de la audiencia, sin embargo, esta atribución consigue que los medios de comunicación tradicionales migren al formato digital para intervenir con investigación y contenido en lapso real, que accede a los beneficiarios/as una dependencia de aportación.

La sub línea de investigación de la carrera en la que se basa este proyecto de investigación es “Redes e instrumentos de evaluación de la política pública” la inclinación de este proyecto se basa en análisis de audiencia en la red social Facebook del medio de comunicación digital click, que con suficiente firmeza está alcanzando una audiencia para identificar y construir un régimen de rating.

II.- DESARROLLO

2.1. JUSTIFICACIÓN

Ahora existe una abundancia incalculable de información disponible en todos los formatos digitales y multimedia. He incluso ha propiciado el nacimiento de nuevos medios digitales que difunde a través de la red llegando a su audiencia según el target establecido, cada medio digital informa de acuerdo a la visión establecida.

Todos los individuos tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa, de hechos relevantes, actuales y de interés al público. El comportamiento de los usuarios brinda un resultado de forma continua. Esto prueba que las tecnologías digitales se han radicado en los últimos años en todos los ámbitos profesionales de los medios de comunicación.

Examinar la audiencia de la red social Facebook, antes la información llegaba de forma tradicional a diferentes sectores de la ciudad de Babahoyo, con la sólida llegada de las TIC (tecnología de la información y comunicación) ha transformado la conducta absoluta en diferentes puntos de vista de los usuarios de forma descendiente a ascendiente. La información y contenidos difundidos y asumidos expresamente por el medio digital generan la interpretación de los ciudadanos.

Distinguiendo la audiencia podemos evaluar cuáles son las razones que generan conexión o unión de varios usuarios, para que sea un consumidor en el proceso de comunicación y opten por el contenido del medio digital click, comparada con otros medios digitales de la capital fluminense. Identificar la elección de los intereses a comunicar con coherencia y argumentos aplicados con nuestro nuevo sistema.

Actualmente los medios de comunicación digitales buscan la forma de financiarse para mantenerse al ritmo de la revolución tecnológica. La calidad de la información es uno de los principales retos y desafíos que enfrentan los medios de comunicación hay muchas características de las forma parte de las debilidades y fortalezas a su vez del mismo.

Pero al mismo instante los medios deben ser partícipes de la solución. Con el estudio de caso podemos observar que los ciudadanos muestran un acoplamiento indiscutible con las redes sociales y están inmersos en la red social Facebook la cual es didáctica al utilizarla, y esta misma brinda un explayarse en varias áreas que favorecen a la audiencia.

Es por este motivo que hemos notado como los medios de comunicación han migrado a las nuevas generaciones y formas más didácticas para informar a sus seguidores.

El medio puede atraer en una misma plataforma varios formatos tanto como texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, entre otros mecanismos. La accesibilidad de enlazar a la información de manera rápido con los usuarios. Permite la abstracción en el contenido a través de los usuarios los mismos que pueden interactuar con el medio. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que comunican directamente.

También existen las características del medio digital que aplica, que debe contemplar otros factores tales como: accesibilidad, usabilidad, inmediatez, actualización las 24 horas, opciones de personalización, adecuado a diferentes dispositivos.

2.2. OBJETIVO

2.2.1 General

Analizar la audiencia en la red social Facebook del medio digital click de la ciudad de Babahoyo en el primer trimestre 2019.

2.3. SUSTENTO TEÓRICO

Examinando el presente estudio de caso denominado: “análisis de audiencia en la red social Facebook del medio digital click de la ciudad de Babahoyo, en el primer trimestre 2019”, es de cuestión vital para extender la indagación y conocer diferentes tipos de teorías con un sustento científico que facilitara a deducir el desarrollo de este caso de estudio.

Debido a que, los progresos tecnológicos y la complejidad de la inmediatez de información que demanda una sociedad hiperconectada súplica enormes desafío a los medios de comunicación digitales.

2.3.1. Audiencia

La innovación de las redes sociales en América Latina, en los internautas generan las nuevas aspectos y tendencias en el automatismo de Internet y las redes sociales es una región que evoluciona latentemente en el uso de las redes sociales. Los efectos sociales del uso de las tecnologías de información y comunicación.

Ha encaminado a numerosas distribuciones en la ejecución de redes sociales y desarrollo de nuevas aplicaciones. La agregación de las redes sociales, ha dado parte a una nueva noción de la audiencia activa denominada audiencia social, que ha florecido como refutación a la fragmentación de la tendencia digital.

La interacción de las audiencias con los medios se ha excavado con el nuevo hábito mediático, se ha divulgado velozmente, concibiendo audiencias enlazadas que publican un espacio virtual en el que interactúan entre ellas en tiempo real.

Este fenómeno puede relacionarse con el cambio de la forma de informar en el ámbito periodístico, ya que la crítica y las regulaciones tuvieron efectos en la credibilidad de los medios y periodistas ecuatorianos y su labor informativa.

Índice de credibilidad de la población ecuatoriana sobre medios y periodistas, para dar a la comunidad de investigadores y a quienes forman parte de los medios de comunicación masiva un sistema de datos que les permita mejorar la calidad de la información. Es así la visión sobre el periodismo de calidad en Ecuador. (Santiago, 2017)

La representación social inseparable al medio se ha ampliado con la audiencia activa, en la que las personas participan instaurando una comunicación con los demás usuarios. De ahí que la sociabilidad intervenga con sus contactos y adquieran de esta forma una experiencia común, la nueva era social está creando espacios virtuales que amplifican la interactividad.

La ausencia de una estrategia digital y planificación ha generado que los contenidos sean reducidos y su periodicidad sea limitada que genera, una escasez de interacción, ahora las redes sociales deben ser vistas como una herramienta que ayuda en los procesos formativos.

La medición de audiencia ahora afronta retos que parten desde la innovación sistematizada a cambios mundiales el acceso de tecnología, considerando las preferencias de los receptores, incluyendo la programación establecida por espectadores de acuerdo a rutinas insertadas por paradigmas sociales.

2.3.2. Las audiencias migran a los medios digitales

La audiencia digital cada día se regresa más complejo, actualmente los medios digitales donde conversan, defieren y adquieren nuevos clientes. Una marca esta interactuando con su público equitativo por medio de averiguadores y redes sociales, existen miles de orígenes de inquisición relevantes que nos ayudan a deducir a estas audiencias y nos admiten tomar decisiones sutiles.

Los medios de comunicación tal y como las conocemos habituales, se han visto inmersas en una vorágine digital en los últimos años que ha obligado a los profesionales de esta

disciplina de la Comunicación a evolucionar a marchas forzadas para ser capaces de adaptarse a los cambios que están sufriendo las audiencias a los que se dirigen.

La migración de las audiencias a los medios digitales hace que cada vez adquiera mayor importancia la adaptación de los contenidos a estas plataformas online. La segmentación por gustos, intereses y perfiles hace posible que podamos elaborar una información adaptada a cada uno de los públicos a los que nos dirigimos para lograr la interacción.

Los medios generan comunicación didáctica, existe el diálogo con el público observable, esto genera que sean complementadas, con el objetivo de lograr que el público no sean meros espectadores del medio digital, sino que se produzca una interacción con la misma.

“Esto permitirá que consiga la confianza de los consumidores, lo que repercutirá en la reputación del medio de comunicación digital” (Flores, 2017).

La creación de las redes sociales y la masificación de los smartphones provocaron un descubrimiento en las técnicas de creación y utilización de los contenidos confidenciales y las redes sociales, originó un crecimiento en el aumento de información favorable, asumiendo como consecuencia que las personas estén perseverantemente englobadas de datos y contenidos noticiosos.

Además, la producción y posterior difusión de las noticias, ya no responde a la tradicional lógica vertical en que el medio de comunicación escoge qué noticias mostrar a la audiencia ni de qué manera hacerlo, sino que los mismos usuarios pueden convertirse en emisores de contenidos, estableciendo un diálogo uno a uno con los productores, contribuyendo a la creación de inteligencia colectiva.

En Ecuador la audiencia se edifica por el discurso social para distinguir el público que interactúa con un medio de comunicación, ya sea cine, televisión, radio, etc. Las diferentes tipologías de audiencias dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas

del individuo "participativo" de dicha audiencia: edad, sexo, nivel socioeconómico, hábitos individuales, horarios, aficiones, signos de identidad, rol social, etc.

2.3.3. Diversidad virtual

Al hablar de la diversidad virtual nos referimos a las personas con un interés común que buscan un fin también, puede tratarse de personas con beneficios y procederes de pensar distintas, incluso contrapuestas, pero que un fin común los ha llevado a integrar parte de una sociedad virtual.

La diversidad digital enriquece y favorece a las organizaciones por la complejidad actual, en plena oleada de la digitalización y de cambios en los modelos de negocio”.

2.3.4. Red social Facebook

Es una de las primeras redes masivas del mundo con miles de millones de usuarios mensualmente activos, es decir, el número de personas que han consumido Facebook por una fase de treinta días. De convenio a las estadísticas de Facebook, aproximadamente el 82% de los beneficiarios se localizan por fuera de los Estados Unidos y Canadá. (AFASE, 2017)

Por esta cognición, Facebook está adecuado para cualquier individuo que tenga una cuenta de correo electrónico; lo cual admite la creación de diferentes sociedades virtuales dentro de su plataforma web. Entre los usos más frecuentes de Facebook se encuentran las redes sociales personales, las páginas de entidades públicas y privadas.

En Ecuador, Facebook es la red social más popular con 11 millones de usuarios registrados en 2017. De estos, aproximadamente 6.5 millones son activos mensualmente.

2.3.5. Medio digital

Desde que Google y Facebook despojaron la decisión de participar como plataformas de distribución en apoyo de los formatos sumergidos multimedia el impulso de la situación virtual a partir del 2014, varios han sido los que se han respaldado de ello en el marco de habilidades de innovación a la vez mayor transformación de las audiencias. (Julia, s.f.)

El periodismo ha sido una de las flagelos que ha tenido mayor auge y desarrollo al respecto, y, si bien en el mundo hay referentes cuyos trabajos son de eminente calidad, también es cierto que, en América Latina, ha habido una osadía por sumarse a este proceso. (MARTI, 2018)

El periodista digital desempeña otros roles en Internet, lo que lo distinguen del periodismo que podemos tildar habitual.

“En Ecuador los medios digitales han establecidos periodistas digitales de los nuevos escenarios propiciados por los procesos han incitado que los periodistas afronten desafíos con propuestas y representaciones de creación y de inquisición” (Cordova, 2016).

El periodista hoy tiene que estar dispuesto para el mundo tecnológico, es competitivo que ejecuta multitareas, conoce los incomparables soportes en el internet y trabaja con noticias, reportajes o cualquier otro género considerado para un profesional con un pensamiento diferente, con un chip digital.

“Los medios digitales en Babahoyo, como una nueva manera para comunicar, puesto que en la actualidad, las plataformas digitales de información han tenido un gran impacto desde la llegada del internet, convirtiéndose así en una nueva herramienta de comunicación” (Elizabeth, 2018).

2.3.6. Medio digital click

Para el medio digital el elemento más importante es la población el propósito es informar, persuadir, entretener, y actuar con el público. Cada uno de los internautas expresa sus ideas, intercambian ideas y favorece a click. Logramos que haya una retroalimentación entre la audiencia, con un mensaje netamente eficaz

Trabajamos con un equipo de profesionales en el área de comunicación social, donde el conocimiento e ideas especializadas adquiridos gracias al desarrollo de las facultades intelectuales, mediante la lectura. Es una información utilizada para comunicarse, el medio para desarrollar una interacción con una cualidad racional específica hacia el ser humano.

Utilizamos esquemas sistemáticos, lógicos y jerárquicos. Además de una forma muy visual de compartir contenido que a menudo consigue expandirse por su utilidad y sencillez. En otros criterios se trata de un recurso óptimo. Ofreciendo un contenido original y que destaque sobre las publicaciones de la competencia.

La información es sencilla y atractiva poseemos gran cantidad de información en poco espacio. Contamos con una comunidad de usuarios que se rige a un comportamiento y condiciones que favorecen la buena gestión de los contenidos. Cuando el lector construye su propio camino de lectura, arma su propia linealidad en la exposición al medio, el usuario opina y puede dialogar con otras personas

Buscamos fundamentar la capacidad para administrar mediante herramientas pedagógicas y explorar el potencial de este medio digital. La información proporcionada se actualiza periódicamente dicha información se escribe con cierta frecuencia. Cuando alguien accede a la cuenta pueden obtener información ordenada cronológicamente (primero de lo más reciente y por último lo más antiguo (Vaillant, 2016)

“Que permite extender la capacidad de esa forma se consigue un conocimiento más flexible. Dispone además de una revisión previa (SOTO, 2019)”.

2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

2.4.1. Metodología cualitativa

La investigación o metodología cualitativa es el prototipo de técnica de investigación de plataforma lingüístico, semiótica usada sobresalientemente, se suele reflexionar técnicas cualitativas todas aquellas diferentes a la encuesta y al experimento.

Es decir, entrevistas abiertas, grupos de disputa o métodos de información e investigación participante. La investigación cualitativa acopia los discursos completos de los sujetos para proceder luego a su interpretación, examinando las relaciones de significado que se ocasionan en establecida cultura o ideología.

La investigación cualitativa no insiste en la representación. Afronta sus problemas de validez externa a través de diversas estrategias, entre ellas la permanencia prolongada en el campo, la triangulación de resultados o la adopción de representatividad estructural: incluir en la muestra a miembros de los principales elementos de la estructura social en torno al fenómeno de estudio.

Es multimetódica en el enfoque interpretativo, naturalista hacia su objeto de estudio. Esto significa comprender la realidad en su contexto natural y cotidiano, intentando interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que le otorgan las personas implicadas. Con la investigación cualitativa, se obtienen datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.

Como técnica utilizaremos la observación. ya que es un mecanismo esencial de todo transcurso de investigación; en ella se afirma el investigador para conseguir la mayor representación de fundamentos. Gran parte de la aglomeración de conocimientos que compone la erudición ha sido conseguida mediante la observación. La misma que está

influida por el marco teórico que ha aprendido, y que partiendo del mismo, va a influir en esa forma de observación que inicia el proceso de sensatez. (Diaz, 2011)

Como instrumento de investigación utilizaremos la entrevista que se realizará al propietario del medio digital click Martin Soto y a personas de la ciudad de Babahoyo mediante la cual podremos conocer que impacto posee en audiencia el medio digital click.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

Siguiendo la metodología aplicada y según los instrumentos de investigación previamente detallados en la observación el medio digital se estableció el 8 de abril de 2015 con el Nombre Click noticias y entretenimiento, pero a pocos días el 12 de abril de ese mismo año cambió a Click.

Click cuenta con 54.294 me gusta y 57.891 seguidores. Cuenta con los fans destacados entre las personas que siguen esta cuenta ya que son las personas más activas. Carla Álvarez Soto, Silvia Solórzano Veloz y JDaniel Miss.

En el primer trimestre del año 2019, en reproducción de videos del mes de enero la mayor suma fue del día sábado 26 titulada, Babahoyo a la altura del hotel, con 11.000 y la cantidad menor fue con su entradilla, en Ibarra la gente persigue a venezolana del martes 22 con 1.1

En febrero la mayor estuvo el jueves 7 con su titulado, tragedia en Ibagué en Colombia con 99.000 y la mínima del sábado 23 con 1.100 y su argumento, atención.

En marzo el mayor porcentaje coexistió del viernes 22 con 57.000 con su prócer, ahora está entrando agua en mi comisariato del paseo shopping, y la pequeña del domingo 24 con su título, elecciones 2019, continuando con increíbles policías del GIR rescatan a un joven el sábado 9 y el lunes 18 con el titulado, anunció Jhonny Terán Salcedo con un triple empate de 1.3.

Y como instrumento de investigación realizamos entrevistas al dueño del medio digital Martín Soto quien con mucho optimismo proporcionó información de primera mano, también buscamos a personas de la ciudad fluminense en donde encontramos personas prestas a dar su opinión respecto a lo que ellos consideran que es el medio digital click tanto en la plataforma como en sus vidas cotidianas.

El propietario Martín Soto quien nos mencionó que analizan su audiencia mediante las métricas que le otorga Facebook ya click tiene cuatro años ha sido un arduo trabajo, para atraer a la audiencia, utilizamos nuestro propio contenido y la información es procesada por nosotros mismos en nuestro estudio y eso ha hecho que en dos o cuatro años que la gente se vea interesada por click y más que todo confíe en la información que les brindamos.

Nos enfatizamos en la provincia de Los Ríos y el sector que tiene mayor acogida de esta provincia es su capital y comparados con otros medios digitales nosotros mismos buscamos, hacemos la noticia y no copiamos creamos nuestro propio diseño, fotos e plantillas.

Optamos por la red social Facebook por qué es la que tiene más acogida y utilizamos Twitter como una estrategia también poseemos nuestra página www.clic.ec donde existen noticias con sus enlaces, el target al que nos dirigimos es de veinte a treinta y cinco años de edad. Hasta ahora el resultado obtenido es favorable considero que satisfacemos las necesidades del público.

Las modificaciones a futuro abrir oficinas en otras ciudades. También abrir nuevos espacios siempre producidos por nosotros mismos.

La misión es poder otorgar una información verificada a la ciudadanía.

Nosotros no tenemos límites en publicaciones, siempre tratamos de hacer lo mayor posible pero no excedernos.

Los ciudadanos en primera instancia comentaron que Facebook es la primordial herramienta en la que los medios digitales proyectan sus contenidos e informaciones además de poder interactúan con sus seguidores, en segundo instancia, los ciudadanos de se encuentran acoplados al usar Facebook.

Sobre otra red social, la cantidad acumulada de seguidores únicamente en Facebook arriba con audacia a la población de la ciudad en la que desarrollan las actividades informativas.

Es evidente que los medios de comunicación digitales han ganado mucho terreno a los medios de comunicación.

Si bien el uso de medios digitales con los internautas se encuentra a día de hoy muy extenso sin embargo esto favorece a los medios de comunicación digitales los ciudadanos deberían obtener el máximo provecho de las herramientas tecnológicas, los avances tecnológicos pueden ayudar a sacar el máximo provecho de la conectividad a internet.

Los datos preliminares de esta investigación permiten sugerir que las audiencias que con regularidad comentan y reproducen información lo hacen con sentido crítico y reflexivo, y en ocasiones logran visibilizar asuntos que se insertan en agendas mediáticas. Son frecuentes las participaciones de ciudadanos que documentan determinados eventos para después difundirlos, mediante las plataformas de las redes sociales.

A continuación, tenemos una tabla en la que podemos notar que la plataforma más utilizada y destacada por su gran accesibilidad hacia los usuarios es Facebook. La mayoría de los medios digitales de la ciudad de Babahoyo opta por competir y compartir Información a través de este medio.

No obstante, a los internautas parece estar accesibles y cómodos al momento de hacer un enfoque de esta red.

Tabla 1

Click en comparación con otros medios de Babahoyo.

Medio	Facebook	Twitter	Instagram	Web
Click	57.820			Www.click.ec
El Vocero	12.061	183	620	www.elvocero.com.ec
El detective	29.931	1.398	1861	
La Hora	10.000	5.032	16.000	www.lahora.com.ec /losrios
Noticias Babahoyo	2.973		68	
Babahoyo al día	46.453	865	4930	
Mi querido Babahoyo	35.582			
Babahoyo móvil	10.000		981	
Informativo Babahoyo	22.267			
Lo último	34.133			
Voz Populi	52.739		498	

Elaborado por: Lopez Aguilar Aaron

Fuente: Medio digitales Babahoyenses

III. CONCLUSIONES

El propósito de este estudio de caso es observar el impacto del medio digital en la Ciudad de Babahoyo, es innegable que el acceso a las tecnologías de la información ha llevado a la ampliación de distintos medios de información con el acceso a las redes sociales, estos diferentes medios poseen tendencia a desarrollarse en estrechamente escaso tiempo pero son raros los medios digitales que conservan una página web renovada o sus divulgaciones habituales en redes sociales se centralizan en Facebook.

Los medios buscan una forma distinta de llegar a su público es por esto que se han enlazado con la evolución de la nueva era las TIC (tecnología de información y comunicación).

Buscando estrategias que llenen las expectativas del público, un público que está inmerso al auge de la tecnología, estos usuarios exigen información de calidad, demostrando profesionalismo en el momento de dar a conocer un acontecimiento de actualidad.

Si bien el uso de medios digitales entre la localidad se halla actualmente extenso lo cual beneficia a los medios de comunicación digitales en contraparte restringe a la población no preparada para obtener inmensa utilidad de las instrumentales tecnológicas, los adelantos tecnológicos no es únicamente las redes sociales los prosperos tecnológicos nos transportan herramientas que nos consiguen ayudar a conseguir el inmenso interés de la conectividad a internet que disfruta los internautas.

Los medios digitales ha revolucionado la vida habitual de cada individuo los avances tecnológicos ya forma parte de nuestras existencias y la representación en la que decidimos relacionados con los demás, los conectores llegaron para permanecer y la tecnología nos hace interactuar con personas de enfoques incomparables, los medios digitales se encuentran explayado de información de toda índole tanto así que ya es más factible encontrar información relevante lo cual, supone un actual desafío para estos medios digitales, subir el nivel y la eficacia de la información.

BIBLIOGRAFÍA

1. AFASE. (2017). Obtenido de AFASE:
<http://www.revistaafese.org/ojsAfese/index.php/afese/article/view/291>
2. Cordova, M. G. (Julio de 2016). *OPCION*. Obtenido de OPCION:
<https://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>
3. Denise, V. (10 de 2016). *BIBLOS-e Archivo*. Obtenido de BIBLOS-e Archivo:
<https://repositorio.uam.es/handle/10486/674652>
4. Elizabeth, A. V. (2018). *DSpace*. Obtenido de DSpace:
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/5239>
5. Flores, K. M. (07 de JULIO de 2017). *Ideas*. Obtenido de Ideas:
https://ideas.repec.org/a/erv/rccsrc/y2017i2017_0711.html
6. Julia, J. C. (s.f.). Obtenido de
<http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/1816>
7. MARTI, J. J. (2018). *Revistas .unal.edu.co*. Obtenido de Revistas .unal.edu.co:
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/rfc/article/view/69409>
8. SANTIAGO. (DICIEMBRE de 2017). *SCielo*. Obtenido de SCielo:
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2017000200175&script=sci_arttext
9. SOTO, M. (2019). *click*. Obtenido de click:
https://www.facebook.com/pg/click.com.ec/videos/?ref=page_internal
10. iaz, L. (2011). *Apoyo Didactico*. Obtenido de Apoyo Didactico:
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_M

ANEXOS

Anexo 1

Entrevistas realizadas al propietario del medio digital click

Ficha De Observación

Nombre: Martín Soto

Fecha de nacimiento: 4 de febrero de 1987

Edad: 31 años

Estado civil: casado con Piedad Tapia

Dueño de productora de MS

Periodista en teleamazonas

Estudio Comunicación social en la Universidad Técnica de Babahoyo

Vive en Babahoyo



¿Cuánto tiempo lleva click?

Ya click tiene cuatro años, en la plataforma hemos cumplidos cuatro aniversarios.

¿Cuál es su misión?

La misión es poder otorgar una información verificada a la ciudadanía.

¿Cómo ha sido ese proceso?

Utilizamos nuestro propio contenido y la información es procesada por nosotros mismos en nuestro estudio y eso ha hecho que en dos o cuatro años que la gente se vea interesada por click y más que todo confíe en la información que les brindamos.

¿Por qué se enfocaron en la red social Facebook?

Optamos por la red social Facebook por qué es la que tiene más acogida y utilizamos Twitter como una estrategia también poseemos nuestra página www.clic.ec donde existen noticias con sus enlaces.

¿Cómo analizan la audiencia?

Analizamos la audiencia mediante las métricas que nos otorga Facebook, o sea con las reacciones de los emoticones que ponen, lo que comparten y comentan de una noticia.

¿Cuál es el sector en el que se enfoca más?

Nos enfatizamos en la provincia de Los Ríos y el sector que tiene mayor acogida de esta provincia es su capital y comparados con otros medios digitales nosotros mismos buscamos, hacemos la noticia y no copiamos creamos nuestro propio diseño, fotos e plantillas.

¿Cuál es el target al que se dirigen?

El target al que nos dirigimos es de veinte a treinta y cinco años de edad. Hasta ahora el resultado obtenido es favorable considero que satisfacemos las necesidades del público.

¿Cuáles son los límites de publicación?

Nosotros no tenemos límites en publicaciones, siempre tratamos de hacer lo mayor posible pero no excedernos.

¿Cuáles son los proyectos a futuro para click?

Las modificaciones a futuro abrir oficinas en otras ciudades. También abrir nuevos espacios siempre producidos por nosotros mismos.

Anexo 2

Entrevistas realizadas a ciudadanos de Babahoyo para conocer de primera instancia cuanto impacta la cultura digital en sus vidas análisis

Ficha De Observación

Nombre: Lady Carolina Cerna Vinueza

Fecha de nacimiento: 12 de mayo 1995

Edad: 24 años

Estado civil: soltera

ESTUDIA: Comunicación social en la Universidad Técnica de Babahoyo

TRABAJA: en el “Radio Fluminense”

Vive en Babahoyo.



Fuente: Facebook

¿Qué significado tiene las redes sociales?

Ahora las redes sociales se consideran el bum del momento todas las personas buscamos modernizarnos y creamos nuestra cuenta. Para estar actualizados.

¿Considera que las redes sociales son favorables?

En cierto aspecto sí, porque mira, antes no podías saber cosas de un pariente que vivía lejos, hoy solo con revisar su cuenta, sabes dónde estaba, si disfrutaba un partido o veía una novela y esto se debe a las publicaciones que con frecuencia lo hacen,

¿Cómo interpreta usted a los medios digitales en la red social Facebook?

Bueno sin lugar a duda es la mejor fusión de los medios de comunicación tradicionales con la web, por qué sabes las noticias al instante.

¿Cómo ve usted al medio digital click?

Es un medio digital con gente renovada, que se prepara para redactar su noticia he visto que lo hacen con palabras muy sencillas, pero sin exagerar, y brindan información de acontecimientos de Babahoyo y sus alrededores.

¿Cuál sería su consejo para Click?

Que se innoven, que sus actualizaciones sean más frecuentes.

Ficha De Observación

Nombre: Diana Lorena Estrada Camacho

Fecha de nacimiento: 12 de diciembre de 1995

Edad: 23 años

Estado civil: soltera

ESTUDIA: Comunicación social en la Universidad Técnica de Babahoyo

Trabajo en el medio digital “El Vocero”

Vive en Shushufindi.



Fuente: Facebook

¿Qué medio usa a diario para mantenerse informada?

Con las nuevas tecnologías que abundan en el entorno uso más las redes sociales.

¿Cree usted que las páginas de noticias que ve en las redes sociales muestran información verificada?

Hay informaciones que, si son reales, en ocasiones he visto que la misma información la está, compartiendo otra red social u otra persona.

¿Cuál es la red social que usted usa para informarse?

Actualmente hay muchas redes sociales, pero uso más Facebook porque es esta más completa puedo estar aún más conectada, compartir historias, videos etcétera.

¿De qué manera usted cree que influye el medio digital click?

La verdad influye bastante, la mayoría de los babahoyense seguimos esta página, la manera en que nos muestran la noticia, las fotos tan nítidas e impactantes, además nos sugieren lugares donde poder ir a degustar un aperitivo.

Ficha De Observación

Nombre: Margoth Jacqueline Andagana Lumbi

Fecha de nacimiento: 1 de febrero de 1995

Edad: 24 años

Estado civil: soltera

Egresada en Comunicación social en la Universidad Técnica de Babahoyo

Vive en Guaranda.



Fuente: Facebook

¿Cree usted que todas las personas deben usar redes sociales para mantenerse informado?

No, hay muchos medios de comunicación, algunos medios habituales utilizan un léxico sofisticado para dar a conocer la información. Comparado con los medios digitales que usan un lenguaje sencillo.

¿Cómo considera usted al medio digital click?

Click ya tiene tiempo en la web y para el lapso que está es porque ha sabido sostenerse, como dicen: fácil es llegar, lo difícil es mantenerse. A pesar de que existen muchos medios digitales que informan también de una forma óptima, pero cada medio tiene su estilo y sus seguidores.

¿De qué manera influye la información transmitida por el medio digital click?

Influye bastante a los habitantes de Babahoyo, porque existen tantas personas que están conectados en el momento que publican una noticia y estén en cualquier lugar dentro o fuera de la ciudad están enterados, actualizados con la información transmitida por el medio digital.

¿Qué aporte brindaría usted al medio digital click?

Que sigan así, que cubran más noticias, que no paren y no hagan caso a comentarios destructivos. Vaya comentarios buenos y malos que construyen. Pero ellos sabrán filtrar las opiniones vertidas por la audiencia.

Fanspage “Click”



Fuente: Página oficial de “Click”

