



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO INFORMACION Y

DERECHO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN

SOCIAL.

TEMA:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y EL FORMATO DE NOTICIA EN

VIVO.

AUTORAS:

GOMEZ RODRIGUEZ NOHELIA THAILY

BAJAÑA VILLALVA LEANNY NALLELY

DOCENTE GUÍA:

MSC. OCHOA MENDIETA MAIRA AMARILIS

PERIODO LECTIVO

2023 –2024

DEDICATORIA:

A nuestros padres, por su amor incondicional, apoyo y sacrificio para brindarnos la oportunidad de perseguir nuestros sueños. Su constante aliento y ejemplo han sido nuestra mayor inspiración en este viaje académico.

A nuestros profesores y mentores, cuya guía experta y apoyo inquebrantable han sido fundamentales en nuestra formación académica y personal. Gracias por su dedicación y por desafiarnos a alcanzar nuevas alturas.

A nuestros amigos y seres queridos, por su paciencia, comprensión y ánimo en los momentos difíciles. Su presencia ha llenado nuestras vidas de alegría y significado, y por eso les estaremos eternamente agradecidas.

AGRADECIMIENTOS:

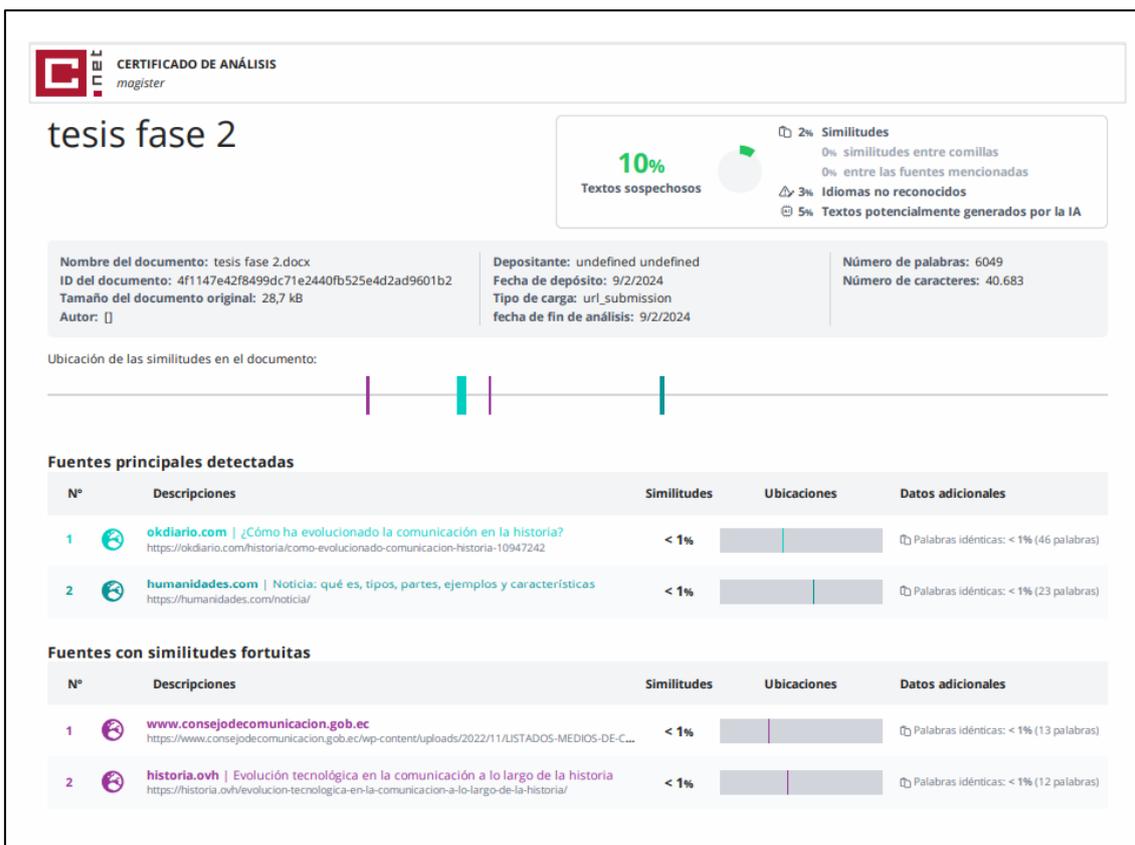
Queremos expresar nuestra más sincera gratitud a todas las personas que han contribuido de manera significativa a la realización de esta tesis sobre medios de comunicación digital y el formato de noticia en vivo.

En primer lugar, deseamos agradecer a nuestros directores de tesis, [, por su guía experta, apoyo constante y valiosas sugerencias que han enriquecido este trabajo y nos han llevado a alcanzar nuevos niveles de comprensión en el campo de los medios digitales.

También queremos extender nuestro agradecimiento a nuestros amigos y familiares, cuyo apoyo inquebrantable y aliento nos ha impulsado a superar los desafíos y obstáculos que hemos encontrado en el camino hacia la culminación de este proyecto académico.

Además, queremos reconocer el trabajo de todas las personas e instituciones que han proporcionado recursos, datos y colaboración durante nuestra investigación. Su contribución ha sido fundamental para el desarrollo y la calidad de este trabajo.

Informe final del sistema Anti-plagio



INDICE

RESUMEN:	7
ABSTRACT:.....	8
CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Contextualización problemática.....	2
1.1.1. Contexto internacional	3
1.1.2. Contexto nacional.....	3
1.1.3 Contexto local	3
1.2. Planteamiento del problema	4
1.3. JUSTIFICACIÓN	6
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.4.1. Objetivo General:	8
1.4.2. Objetivos Específicos:.....	8
1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	9
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes	10
2.2. Bases teóricas	12
Tipos de medio de comunicación.....	22
Medios audiovisuales:	22
Medios radiofónicos	23
Medios impresos.	23
Medios digitales	23
Tipos de noticias	25
¿Qué son las noticias en vivos?.....	26
Tipos de coberturas	27
Cobertura de Noticias Generales:.....	27
Cobertura de Última Hora:	27
Cobertura en Profundidad:	27
Cobertura de Investigación:	28
Cobertura Deportiva:.....	28
Cobertura de Entretenimiento:	28
Cobertura Meteorológica:	28
Cobertura de Desastres y Crisis:	29
Cobertura Política:.....	29
Cobertura de Tecnología:	29
¿Qué es una cobertura en vivo	29

Partes de una cobertura en vivo:.....	30
¿Qué es el periódico?	30
Qué es el periodismo en redes sociales	30
CAPÍTULO III- METODOLOGÍA.	32
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	32
3.2. Operacionalización de variables.....	34
3.3. Población y muestra de investigación	36
3.3.1. Población.....	36
3.3.2. Muestra.....	37
3.4.2 Instrumentos.....	38
3.5. Procesamiento de datos.	39
3.6. Aspectos éticos.....	39
CAPÍTULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.	41
4.1. Resultados	41
4.2. Discusión La discusión general sobre los resultados de la entrevista y la encuesta revela una serie de tendencias y consideraciones importantes sobre el consumo y la producción de transmisiones en vivo en el entorno digital.	53
CAPÍTULO V.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	55
5.1. Conclusiones	55
5.2. Recomendaciones.....	55
Referencias.....	57
ANEXOS	59
PRESUPUESTO	59
CRONOGRAMA	60
ENCUESTA.....	61

RESUMEN:

Este estudio se propone examinar exhaustivamente el impacto de los medios de comunicación digital en el formato de noticias en vivo, abarcando tanto su evolución como su relevancia en diversos ámbitos: internacional, nacional y local.

La globalización y la proliferación de plataformas en línea han desempeñado un papel fundamental en la transformación del panorama mediático, alterando significativamente la manera en que se difunde y consume la información. En este sentido, se hace hincapié en la velocidad y la inmediatez con que las noticias son transmitidas en el entorno digital, lo cual contrasta con los formatos tradicionales de difusión.

Al explorar este fenómeno, se plantean también importantes cuestiones éticas, especialmente en lo que respecta al equilibrio entre la velocidad de difusión y la precisión en la presentación de los hechos. La necesidad de mantener altos estándares de veracidad se vuelve crucial en un entorno donde la información circula a una velocidad vertiginosa.

Además, se analiza el impacto de las redes sociales y la interactividad en la percepción y participación del público en la elaboración y consumo de noticias en vivo. Estas plataformas han modificado la dinámica de la comunicación, otorgando a los usuarios un papel más activo y permitiendo una mayor interacción entre emisores y receptores de información. Se examina cómo los medios locales se adaptan a este nuevo paradigma, enfrentando desafíos particulares en un contexto de competencia con medios de alcance global.

Palabras Claves: Medios de Comunicación Digital, Noticias en Vivo, Redes Sociales.

ABSTRACT:

This study aims to comprehensively examine the impact of digital media on the format of live news, encompassing its evolution and relevance in various spheres: international, national, and local.

Globalization and the proliferation of online platforms have played a fundamental role in transforming the media landscape, significantly altering the way information is disseminated and consumed. In this regard, emphasis is placed on the speed and immediacy with which news is transmitted in the digital environment, contrasting with traditional formats of dissemination.

While exploring this phenomenon, important ethical questions are also raised, particularly regarding the balance between the speed of dissemination and the accuracy in presenting facts. The need to maintain high standards of truthfulness becomes crucial in an environment where information circulates at a dizzying speed.

Additionally, the impact of social media and interactivity on the perception and participation of the public in the creation and consumption of live news is analyzed. These platforms have reshaped the dynamics of communication, granting users a more active role and enabling greater interaction between information providers and receivers. The study examines how local media adapt to this new paradigm, facing particular challenges in a context of competition with globally-reaching outlets.

Keywords: Digital Media, Live News, Social Media.

CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN.

Los medios de comunicación digitales al implementar el formato de noticia en vivo incluyen la necesidad de equilibrar la veracidad y la inmediatez de la información, gestionar la interactividad con la audiencia, y preservar los estándares éticos y de calidad periodística. Asimismo, se espera que la adopción de estrategias que fomenten la interacción responsable con las audiencias, la capacitación del personal en el uso de tecnologías emergentes y la implementación de protocolos de verificación de la información contribuyan a abordar

estos desafíos de manera efectiva y responsable. La hipótesis se fundamenta en la necesidad de encontrar un equilibrio entre la rapidez y la veracidad en la transmisión de noticias en vivo, así como en la importancia de interactuar de manera responsable con la audiencia y en el desarrollo de habilidades para el personal de los medios digitales.

La implementación del formato de noticia en vivo en los medios de comunicación digitales presenta desafíos significativos, pero también oportunidades para mejorar la cobertura periodística y la experiencia de las audiencias. Si los medios abordan de manera efectiva los retos relacionados con las habilidades de los periodistas, la ética, la verificación de información y la sostenibilidad financiera, podrán aprovechar este formato para brindar una experiencia informativa más dinámica e inmersiva a sus audiencias.

Según Hermida (2022), "los periodistas deben mantener los estándares éticos y de calidad, incluso en un entorno de información en tiempo real y bajo presión". En este sentido, los medios deben abordar los retos relacionados con la verificación de información en tiempo real y el manejo de situaciones imprevistas durante las coberturas en vivo.

Ksiazek (2019) plantea la preocupación de que "las transmisiones en vivo puedan fomentar una preferencia por la información instantánea, en detrimento de un análisis más profundo de los eventos". En consecuencia, los medios deberán equilibrar la inmediatez de la información con un enfoque de análisis y contextualización adecuado.

1.1. Contextualización problemática

A nivel internacional, uno de los principales retos radica en la rápida propagación de información en tiempo real a través de plataformas digitales. Aunque esto brinda acceso inmediato a noticias y eventos globales, también genera inquietudes sobre la autenticidad y objetividad de la información transmitida. La presión por ser los primeros en informar a menudo conduce a errores, malentendidos e incluso a la difusión de noticias falsas, lo que puede tener repercusiones significativas para la sociedad.

A nivel nacional, la situación se ve complicada por la diversidad de actores en el ámbito mediático y la tensión entre la libertad de expresión y la necesidad de asegurar información precisa. Muchos países se enfrentan al desafío de equilibrar la regulación de los medios digitales para combatir la desinformación sin comprometer la libertad de prensa. Además, la influencia de intereses políticos y económicos en la gestión de información en vivo añade complejidad, contribuyendo a la polarización y erosionando la confianza pública en los medios de comunicación.

A nivel local, surge la problemática de adaptar los medios de comunicación locales al formato de noticias en vivo en el entorno digital. Las organizaciones de medios locales luchan por mantener su relevancia y competir en un paisaje mediático dominado por grandes conglomerados globales. La falta de recursos y habilidades tecnológicas a menudo limita la capacidad de los medios locales para ofrecer noticias en vivo de manera

efectiva, afectando la diversidad de información disponible para las comunidades locales y debilitando su papel tradicional como guardianes de la democracia a nivel local.

1.1.1. Contexto internacional

El primer canal de noticias digital en el mundo es un tema que puede tener interpretaciones diferentes según la perspectiva que se tome y cómo se define "canal de noticias digital". Sin embargo, uno de los pioneros en este ámbito fue CNN (Cable News Network), que lanzó su sitio web en agosto de 1995. CNN es conocido por ser uno de los primeros canales de noticias en adoptar y aprovechar la plataforma digital para la distribución de noticias.

1.1.2. Contexto nacional

El primer canal de noticias en Ecuador fue Televistazo, que inició sus transmisiones el 16 de julio de 1967. Televistazo no solo fue el primer canal de noticias en Ecuador sino también el primero en América Latina. Fue creado por el periodista ecuatoriano Alfonso Espinosa de los Monteros y fue un pionero en la presentación de noticias a través de la televisión en la región. Desde entonces, ha habido un desarrollo significativo en el panorama de los medios de comunicación en Ecuador, con la incorporación de más canales de noticias y el crecimiento de la presencia digital de los medios en línea.

1.1.3 Contexto local

El primer canal de noticias en la costa ecuatoriana fue Televisión. Televisión inició sus transmisiones en Guayaquil el 12 de octubre de 1960. El canal fue pionero en la región y jugó un papel importante en el desarrollo de la televisión ecuatoriana, ofreciendo una amplia gama de programación desde noticias hasta entretenimiento y

contenidos educativos. Vale la pena señalar que Televisión no se limita a transmitir noticias, sino que también ofrece una variedad de otros programas. Con el tiempo, la oferta de canales de noticias en la costa ecuatoriana ha sufrido cambios significativos a medida que surgieron nuevas opciones en el panorama mediático.

1.2. Planteamiento del problema

¿Cómo influyen los medios de comunicación digital gestionar de manera ética la interactividad en vivo sin comprometer la calidad y la veracidad de la información que están transmitiendo?

En la era actual, caracterizada por un constante cambio impulsado por avances tecnológicos y una creciente interconexión a través de dispositivos digitales y redes, se evidencia una transformación significativa en las dinámicas laborales, educativas y familiares. Este cambio, impulsado por la evolución y el relevo generacional, exige una adaptación constante a las nuevas formas de vida, donde la tecnología y los medios digitales desempeñan un papel fundamental. La vertiginosa evolución de estas plataformas ha generado transformaciones profundas en la manera en que la población accede e interpreta la información.

En este entorno digital, la integridad de la información que es fundamental para la confianza del público está en riesgo. La velocidad a la que se presentan las noticias en vivo crea dilemas éticos y desafíos de precisión, ya que la urgencia de ser el primero en informar puede afectar la calidad de la información. Comprender cómo estas tensiones afectan la integridad de la información es fundamental para proteger la confianza del público en los medios digitales.

La participación ciudadana, otro aspecto central, se ve afectada por la forma en que la información se presenta en tiempo real. Entender cómo este formato influye en la participación activa del público y en la construcción de una sociedad informada es esencial para el desarrollo de estrategias que promuevan una interacción más significativa y enriquecedora entre los medios y la sociedad.

La saturación de los medios tradicionales frente a los avances tecnológicos plantea la necesidad de explorar cómo los medios digitales no solo se han convertido en una alternativa, sino que también han redefinido la manera en que se accede, consume y participa en la información.

1.3. JUSTIFICACIÓN

En la era actual, caracterizada por un constante cambio impulsado por avances tecnológicos y una creciente interconexión a través de dispositivos digitales y redes, se evidencia una transformación significativa en las dinámicas laborales, educativas y familiares. Este cambio, impulsado por la evolución y el relevo generacional, exige una adaptación constante a las nuevas formas de vida, donde la tecnología y los medios digitales desempeñan un papel fundamental.

La relevancia de este proyecto se encuentra en su base en la imperiosa necesidad de desentrañar el impacto de los medios de comunicación digital, centrándose particularmente en el formato de noticia en vivo, en el tejido social de la sociedad contemporánea. La vertiginosa evolución de estas plataformas ha generado transformaciones profundas en la manera en que la población accede y interpreta la información. Entender estas dinámicas se erige como un pilar fundamental para la adaptación de estrategias comunicativas, la preservación de la integridad informativa y el fomento de una participación ciudadana fundamentada.

En este contexto digital acelerado, donde la información se despliega en tiempo real, es esencial profundizar en los impactos que esta revolución mediática tiene en la percepción colectiva de la realidad. La adaptación de estrategias comunicativas no solo se trata de seguir el ritmo de la tecnología, sino de comprender cómo esta evolución modifica la relación entre los medios y la audiencia. La justificación de esta investigación radica, precisamente, en abordar este cambio de paradigma y desentrañar sus ramificaciones.

Asimismo, la integridad informativa, pilar fundamental de la confianza pública, está en juego en este entorno digital. La velocidad con la que se presentan las noticias en vivo

plantea desafíos éticos y de veracidad, ya que la presión por ser los primeros en informar podría comprometer la calidad de la información. Comprender cómo estas tensiones afectan la integridad de la información es crucial para salvaguardar la confianza del público en los medios digitales.

La participación ciudadana, otro aspecto central, se ve afectada por la forma en que la información se presenta en tiempo real. Entender cómo este formato influye en la participación activa del público y en la construcción de una sociedad informada es esencial para el desarrollo de estrategias que promuevan una interacción más significativa y enriquecedora entre los medios y la sociedad.

Se busca comprender a fondo la influencia de los medios de comunicación digitales en la presentación de noticias en tiempo real. La saturación de los medios tradicionales frente a los avances tecnológicos plantea la necesidad de explorar cómo los medios digitales no solo se han convertido en una alternativa, sino que también han redefinido la manera en que se accede, consume y participa en la información.

Este estudio se justifica no solo por la urgencia de comprender la prevalencia de la contribución de los medios digitales en las noticias en vivo, sino también por la importancia de arrojar luz sobre la transformación del periodismo tradicional. Al explorar esta evolución, se busca proporcionar una visión clara y amplia que no solo beneficie a los profesionales del periodismo, sino que también satisfaga las expectativas del público actual y de las generaciones venideras, quienes experimentan una realidad mediática en constante cambio.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General:

Determinar el impacto de los medios de comunicación digital en el formato de noticias en vivo.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Identificar la persecución de audiencia de la transmisión en vivo de los medios de comunicación en vivo en él audiencia.
- Reconocer cuáles son las ventajas y desventajas en los medios de comunicación digital del formato de noticias en vivo
- Analizar las estrategias que utilizan los medios de comunicación digital en el formato de noticias en vivo

1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Los medios de común uso con digital influirá efectivamente en el formato de noticias en vivo.

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Los antecedentes del formato de noticia en vivo en los canales de difusión digital se remontan a los avances tecnológicos que han transformado la industria mediática en las últimas décadas. Con el surgimiento del internet y la proliferación de dispositivos móviles, los medios han experimentado una transición al entorno digital, adoptando nuevas plataformas y formatos para la producción y difusión de contenido informativo.

(Flew, 2021). Uno de los aspectos más destacados de esta transformación ha sido la capacidad de transmitir eventos en tiempo real. Como señala Pavlik (2019), "la tecnología digital ha permitido a los medios ofrecer una experiencia más inmersiva y dinámica a las audiencias, al brindar acceso directo a eventos de interés público a través de transmisiones en vivo". Los inicios del formato de noticia en vivo se dieron en la década de 1990, con la introducción de tecnologías de streaming por internet.

Como explica Gillmor (2018), "los primeros experimentos de transmisión en vivo se realizaron en eventos deportivos y musicales, donde los medios aprovecharon las capacidades de la red global para ampliar su cobertura". Posteriormente, con el desarrollo de dispositivos móviles y la mejora de las conexiones, el formato de noticia en vivo se expandió a otros ámbitos, como la cobertura de emergencias, protestas y eventos políticos.

Como afirma Hermida (2019), "las transmisiones en vivo se convirtieron en una herramienta valiosa para brindar información actualizada y acceso directo a acontecimientos de interés público". Sin embargo, la adopción del formato de noticia en

vivo también planteó desafíos para los canales de difusión. Como señala García (2017), "los comunicadores se enfrentaron a la necesidad de desarrollar nuevas habilidades para comunicar de manera clara y concisa en un entorno en tiempo real". Además, la cobertura en vivo generó preocupaciones sobre la verificación de la información y el mantenimiento de los estándares éticos en un contexto de alta presión.

Según Domingo y Le Cam (2019), "los medios debieron implementar nuevos protocolos y capacitaciones para garantizar la calidad y la ética en las transmisiones en vivo".

Como explica Wilberg (2019), "los medios han tenido que evaluar cuidados de recursos técnicos y humanos necesarios para implementar una cobertura en vivo adecuada, buscando equilibrar los costos y los beneficios". En resumen, los antecedentes del formato de noticia en vivo en los canales de difusión digital son muestran un recorrido marcado por avances tecnológicos, oportunidades para una experiencia informativa más inmersiva y desafíos en áreas como las habilidades de los comunicadores, la ética, la verificación de información y la sostenibilidad financiera.

La convergencia mediática también ha desempeñado un papel crucial en la adopción del formato de noticia en vivo. La integración de múltiples plataformas de comunicación ha permitido a las organizaciones mediáticas producir y distribuir contenido en vivo de manera más efectiva, aprovechando diversas tecnologías para llegar a sus audiencias a través de canales como la televisión, las redes sociales y los sitios web de noticias. Esta convergencia ha dado lugar a nuevas formas de narración y participación del público, donde los espectadores pueden interactuar con los periodistas y contribuir con comentarios y preguntas durante las transmisiones en vivo.

La interactividad y la participación del público son aspectos destacados del formato de noticia en vivo en los medios de comunicación digital. La capacidad de los espectadores para involucrarse activamente en la cobertura de noticias, a través de comentarios en tiempo real, preguntas y respuestas, encuestas y otras herramientas de participación, ha creado una experiencia más inmersiva y participativa. Esto no solo aumenta el compromiso de la audiencia, sino que también enriquece la cobertura informativa al permitir una mayor diversidad de perspectivas y opiniones.

2.2. Bases teóricas

Medios de comunicación digital.

En su definición más básica, la comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro, tal como lo sentenció Lasswell (2022) hace más de 70 años: “quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto”. Es decir, la comunicación tiene un carácter social que comprende a todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa poner en común e implica compartir en un contexto social determinado y con una historia particular. O sea, es un proceso ligado al comportamiento humano y a las estructuras de la sociedad (Duarte, 2023)

Son espacios de comunicación e intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales. Es decir, todas las plataformas disponibles en internet. En términos generales, los medios de comunicación digital incluyen software, imágenes, vídeos, archivos, bases de datos y sonidos. Esto hace que el contenido de dichos medios virtuales sea más interactivo que el contenido de las plataformas tradicionales. (Palomino, 2023)

La convergencia mediática se refiere a la interacción y fusión de diferentes formas de comunicación, tecnologías y plataformas en un entorno digital. Este concepto ha ganado cada vez mayor protagonismo tras la irrupción de internet y el desarrollo de las telecomunicaciones. La convergencia de medios ha transformado la forma en que consumimos información y entretenimiento, así como la forma en que se crean y distribuyen los medios de comunicación en la era digital. La convergencia de medios ha tenido varios efectos significativos en la sociedad, la industria de los medios de comunicación y la forma en que consumimos información y entretenimiento. La convergencia se desarrolla en al menos cinco ámbitos: tecnológico, empresarial, de los contenidos, de los usuarios y de los profesionales de los medios. La convergencia tecnológica se refiere a la capacidad de las infraestructuras para adquirir, procesar, transportar y presentar simultáneamente voz, datos y video sobre una misma red y un terminal. La convergencia de medios ha abierto nuevas oportunidades y desafíos, y continuará siendo un tema importante a medida que la tecnología y las plataformas de medios sigan evolucionando. (Salaverria, 2019)

En la segunda mitad del siglo XX, los avances tecnológicos en microprocesadores, redes de intercambio de datos y nuevas interfaces generaron un cambio radical en la vida humana, similar al impacto de la máquina de vapor en la Revolución Industrial. Este cambio, conocido como la Revolución Digital, transformó todos los ámbitos de la vida social, desde la educación hasta la política, la economía, la cultura, el arte y las ciencias.

La digitalización, al reducir todos los contenidos a una masa de bits, facilitó la manipulación textual y la circulación de textos en las redes globales, dando lugar a fenómenos de comunicación viral y a la emergencia de movimientos contestatarios acunados por las redes sociales. La convergencia mediática, definida como la interacción

y fusión de diferentes formas de comunicación, tecnologías y plataformas, ha transformado la forma en que consumimos información y entretenimiento, así como la forma en que se crean y distribuyen los medios de comunicación en la era digital. (García, 2022)

El estudio del periodismo en Internet, o ciberperiodismo, es una disciplina que, al igual que el fenómeno que analizo, tiene poco más de una década. Tras cumplirse esa década, parecía un buen momento para hacer un balance de lo que se ha logrado y de las tendencias, metodologías y temas que se han priorizado en este tiempo. A medida que el ciberperiodismo ha evolucionado, se ha vuelto necesario identificar y definir conceptos que lo diferencian de otras manifestaciones periodísticas. Este artículo se propone explicar las principales características que la comunidad académica internacional ha identificado como propias del discurso digital: la hipertextualidad, la interactividad, la multimedialidad, entre otras. Se argumenta que el ciberespacio es un nuevo medio que requiere adaptar la producción informativa a sus características. Se aborda la superación de la visión lineal y plana del medio, así como la necesidad de determinar hasta qué punto las estructuras poseen cualidades semánticas.

Se destaca la importancia de comprender las estructuras hipertextuales de los discursos ciber periodísticos, y se menciona que la teoría sobre el hipertexto ha progresado hasta determinar una serie de estructuras típicas que serían de aplicación a las informaciones periodísticas. Este trabajo busca desentrañar un camino investigador que, con el tiempo, se revela sólido y que va dando sus frutos. (Sarmiento, 2020)

La interactividad, la inmediatez y la accesibilidad son características fundamentales de las noticias en vivo a través de plataformas digitales, y estas características pueden tener importantes implicaciones en la forma en que se consume y se produce información. Aquí hay algunos argumentos adicionales para cada una de estas variables:

Evolución de la Industria de Medios

Según (Wu, 2018) La evolución de la industria de medios es un fenómeno complejo que ha experimentado cambios significativos a lo largo de los años, especialmente con el avance de la tecnología y la digitalización. Desde la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg en el siglo XV hasta la era de Internet y las redes sociales, la forma en que se produce, distribuye y consume información ha experimentado transformaciones revolucionarias.

En los primeros días de la industria de medios, los periódicos y las revistas impresos dominaban el panorama de la comunicación. Sin embargo, con la llegada de la radio en el siglo XX, seguida por la televisión, se produjo un cambio importante en la forma en que se transmitía la información. Estos medios de comunicación de masas tenían un alcance mucho más amplio y permitían la transmisión en tiempo real de noticias y entretenimiento.

La llegada de Internet marcó un hito crucial en la evolución de la industria de medios. La web abrió nuevas posibilidades para la distribución de contenido, permitiendo que la información fuera accesible instantáneamente desde cualquier lugar del mundo. Surgieron nuevos actores en el panorama mediático, como los sitios de noticias en línea, los blogs y las plataformas de redes sociales, que democratizaron la producción de contenido y dieron voz a una gama más amplia de personas.

La digitalización también transformó los modelos de negocio en la industria de medios. La publicidad en línea se convirtió en una fuente importante de ingresos, y los medios tradicionales tuvieron que adaptarse para competir en un entorno digital altamente competitivo. Además, la aparición del streaming de video y audio ha revolucionado la forma en que se consume entretenimiento, desafiando los modelos de distribución

tradicionales y dando lugar a una mayor personalización y elección para los consumidores.

Impacto en el Periodismo Tradicional

Desafíos financieros:

La transición hacia lo digital ha impactado la viabilidad económica del periodismo tradicional. Según (Kovach, 2018) "*Los ingresos publicitarios, que una vez fueron el santo grial de las empresas periodísticas, ahora fluyen principalmente a los gigantes tecnológicos*" (pág. 52) Esto ha llevado a una disminución de los ingresos y, en consecuencia, a recortes de personal y cierres de medios en la industria del periodismo tradicional.

Cambios en el modelo de negocio:

El modelo de negocio basado en la publicidad, históricamente dominante en los medios tradicionales, se ha vuelto menos efectivo en la era digital. Como señala (Rosenstiel, 2017) "*Los ingresos publicitarios ya no pueden mantener los costos de producción y distribución de noticias*" (Rosenstiel, 2017). Esto ha llevado a una búsqueda activa de nuevas fuentes de ingresos, como las suscripciones digitales y las donaciones, por parte de los medios tradicionales.

Rápida difusión de noticias:

La digitalización ha acelerado el ciclo de noticias y ha aumentado la accesibilidad a la información.

Según (Deuze, 2019), "*El periodismo en línea permite una actualización continua y una publicación instantánea*" (pág. 276). Sin embargo, este flujo constante de

información también ha generado preocupaciones sobre la veracidad y la precisión de las noticias debido a la rápida difusión de la desinformación en línea.

Nuevos formatos y enfoques:

El periodismo digital ha dado lugar a la experimentación con nuevos formatos y enfoques. (Jenkins, 2020) argumenta que "*Los periodistas están explorando narrativas multimedia y participación ciudadana en la producción de noticias*" (pág. 88).

Esto ha llevado al surgimiento de enfoques innovadores, como el periodismo de datos y el periodismo ciudadano, que están redefiniendo las prácticas periodísticas tradicionales.

Relación con las audiencias:

La interacción directa con las audiencias ha cambiado la dinámica del periodismo.

Según (Bruns, A., & Highfield, T., 2019), "Las redes sociales y los comentarios en línea permiten una mayor participación del público en la producción y distribución de noticias" (p. 207). Los medios tradicionales están adoptando estrategias para involucrar a las audiencias y construir relaciones más sólidas, reconociendo el valor del compromiso del lector en la era digital.

Cambios en los Patrones de Consumo de Contenido

Los cambios en los patrones de consumo de contenido se refieren a cómo las personas acceden, interactúan y disfrutan del contenido mediático en la era digital. Esto incluye la migración hacia plataformas en línea, como redes sociales y servicios de streaming, el consumo bajo demanda, la participación activa del usuario y el surgimiento del contenido generado por usuarios. Estos cambios reflejan una mayor diversidad de opciones para los

consumidores y una transformación en la forma en que se produce y distribuye el contenido mediático.

1. Migración hacia lo digital: Con el aumento de la conectividad a Internet y el acceso a dispositivos móviles, los consumidores han optado cada vez más por consumir contenido en línea en lugar de medios tradicionales como la televisión y los periódicos impresos. (Newman, 2020)

2. Consumo bajo demanda: Plataformas de streaming como Netflix, Amazon Prime Video y Spotify han cambiado la forma en que las personas acceden al contenido audiovisual y musical. Los consumidores ahora prefieren el consumo bajo demanda, donde pueden elegir qué y cuándo ver o escuchar, en lugar de seguir un horario de programación fijo (Bounegru, 2018)

3. Fragmentación de audiencias: La proliferación de canales y plataformas ha llevado a una fragmentación de las audiencias. En lugar de grandes audiencias masivas, los medios digitales permiten la segmentación y personalización del contenido para adaptarse a intereses específicos de los consumidores. (Dijck, 2019)

4. Participación activa: Las redes sociales y los medios sociales han transformado el consumo de contenido en una experiencia más interactiva y participativa. Los usuarios ahora pueden comentar, compartir y contribuir activamente al contenido, lo que cambia la dinámica entre creadores y consumidores (Kaplan & Haenlein, 2017).

5. Auge del contenido generado por usuarios: La popularidad de plataformas como YouTube, Instagram y TikTok ha llevado al surgimiento del contenido generado por usuarios. Este tipo de contenido, creado por personas comunes en lugar de medios tradicionales, ha ganado popularidad y credibilidad entre las audiencias más jóvenes.

Rol de las Redes Sociales

Las redes sociales han desempeñado un papel crucial en la transformación de los patrones de consumo de contenido, así como en la interacción entre usuarios y la difusión de información. Algunas citas y referencias relevantes son las siguientes:

Influencia en el consumo de noticias:

Las redes sociales han emergido como importantes fuentes de noticias para muchos usuarios. Según, "Las redes sociales se han convertido en una fuente clave de noticias para una parte importante de la población, especialmente entre los jóvenes" (p. 78).

Facilitación de la participación del usuario:

(Haenlein, 2020) destacan que "las redes sociales permiten una participación más activa por parte de los usuarios, quienes pueden comentar, compartir y contribuir activamente al contenido" (pág. 22)

Impacto en la difusión de información:

Las redes sociales han transformado la manera en que se difunde la información. Como afirman (Bruns, A., & Highfield, T., 2019), "las redes sociales han amplificado la velocidad y el alcance de la difusión de noticias, permitiendo que las historias se propaguen rápidamente a través de conexiones personales y redes en línea" (p. 124).

Creación de comunidades en línea:

La dinámica de las redes sociales ha llevado a la formación de comunidades en línea basadas en intereses comunes. Según (Dijck, 2019), "las redes sociales han facilitado la

conexión entre individuos con intereses similares, creando comunidades en línea donde se comparte y se discute contenido de manera colaborativa" (pág. 117)

Desafíos de desinformación y polarización:

(Villacres, 2022) señala que "las redes sociales también han sido criticadas por su papel en la propagación de desinformación y en la polarización de opiniones, debido a la facilidad con la que se pueden compartir y difundir contenidos sin una verificación adecuada" (pág. 215)

Personalización de Contenido

La personalización del contenido es un componente clave en la era digital, permitiendo a las plataformas adaptar la información y el entretenimiento según las preferencias individuales de los usuarios. Como mencionan (Bounegru, 2018). "La personalización del contenido permite a las plataformas digitales ajustar el material ofrecido a los intereses y preferencias únicas de cada usuario, mejorando así la relevancia y la experiencia general del usuario" (p. 143).

Desafíos de la Monetización en Línea

Los desafíos de la monetización en línea representan un aspecto crucial en el panorama digital contemporáneo, donde la generación de ingresos se ha vuelto cada vez más compleja y competitiva. Según (Picard, 2018), "La monetización en línea enfrenta desafíos significativos debido a la saturación del mercado publicitario digital, la fragmentación de las audiencias y la resistencia de los consumidores a pagar por contenido en línea" (pág. 113),

La saturación del mercado publicitario digital ha generado un entorno altamente competitivo, donde los creadores de contenido luchan por destacarse entre la abrumadora cantidad de mensajes publicitarios presentes en línea. Esta competencia puede dificultar la visibilidad y la efectividad de las campañas publicitarias, lo que a su vez afecta la capacidad de monetización de los medios digitales.

La fragmentación de las audiencias en el entorno digital presenta desafíos adicionales para la monetización en línea. Con la proliferación de plataformas y canales de comunicación, las audiencias se han vuelto más dispersas y difíciles de alcanzar de manera efectiva. Esto dificulta la maximización del alcance de la publicidad y la generación de ingresos a través de modelos tradicionales de monetización basados en la atención del usuario.

Por último, la resistencia de los consumidores a pagar por contenido en línea plantea un desafío significativo para los modelos de negocio basados en suscripciones y pago por acceso. A pesar del valor proporcionado por el contenido digital, muchos consumidores muestran reticencia a pagar por servicios o información que históricamente han estado disponibles de forma gratuita en línea. Esta resistencia puede dificultar la implementación exitosa de modelos de monetización alternativos y limitar las oportunidades de generación de ingresos para los creadores de contenido y las empresas en línea.

Ciberseguridad y Privacidad de Datos

La ciberseguridad y la privacidad de datos son temas críticos en la era digital, con implicaciones significativas para individuos, organizaciones y sociedades en su conjunto. Como señalan Smith y Young (2019), "La ciberseguridad y la privacidad de datos son aspectos fundamentales para proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información en un mundo cada vez más conectado digitalmente" (p. 45).

Esto resalta la importancia de abordar de manera efectiva los desafíos relacionados con la seguridad cibernética y la protección de la privacidad en el entorno digital actual. La ciberseguridad se refiere a las medidas y prácticas utilizadas para proteger sistemas, redes y datos contra amenazas cibernéticas, como ataques de hackers, malware y phishing. Por otro lado, la privacidad de datos se centra en garantizar que la información personal de los individuos se maneje de manera ética y se proteja contra el acceso no autorizado y el uso indebido.

La interconexión cada vez mayor de dispositivos y sistemas en línea ha aumentado la exposición a posibles amenazas cibernéticas y brechas de seguridad. Como resultado, es fundamental que individuos y organizaciones implementen medidas de seguridad sólidas, como el uso de software antivirus, la autenticación de dos factores y la capacitación en conciencia de seguridad, para mitigar los riesgos y proteger la información confidencial.

Influencia en la Opinión Pública

Tendencias Futuras y Tecnologías Emergentes

Tipos de medio de comunicación

Medios audiovisuales:

Según (Duarte, 2023) Estos medios se caracterizan por la capacidad de transmitir mensajes que pueden verse y oírse simultáneamente. Difunden información a través de dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos, como la televisión y las películas. La televisión surgió en la década de 1930 y es el medio con mayor audiencia a

nivel mundial. Los espectadores de todo el mundo pueden recibir las señales del medio de noticias en vivo o grabadas.

Medios radiofónicos

(Villafuerte, 2023) Un medio dedicado a transmitir información a través del sonido. El proceso de producción es más sencillo en comparación con la televisión. Sin embargo, su principal limitación es el alcance de las ondas, ya que la distancia geográfica puede interferir en la transmisión o afectar la calidad del sonido. La radio en línea y los contenidos para escuchar, como los podcasts, han experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas como resultado de su transmisión y distribución digital.

Medios impresos.

El medio cubre todas las publicaciones que contienen información destinada a difundir información, como revistas, periódicos, diarios, folletos y folletos. Sin embargo, actualmente se enfrentan a un declive debido a los altos costos de producción y la competencia de Internet.

Medios digitales

Estas “nuevas tecnologías” surgieron en la década de 1980 y se han ampliado con éxito a gran escala. A través de Internet, se puede comunicar información de forma sencilla e instantánea a una gran parte de la población mundial. Los medios digitales están respaldados por diversos dispositivos móviles, como computadoras personales, teléfonos móviles, tabletas, etc., y difunden información más rápido que cualquier otro medio de comunicación masivo. El mensaje llegó a miles de personas en cuestión de segundos. Los

medios digitales cumplen las funciones de información y entretenimiento. Algunos medios de comunicación tradicionales se han adaptado a la realidad digital de este siglo, permitiendo encontrar contenidos de radio y televisión en línea.

Noticias en vivo

(Sevilla, 2023) Se refiere a la transmisión en vivo de un evento, situación o suceso a través de medios como la televisión, la radio, Internet o las redes sociales. Al informar en vivo, un reportero, corresponsal o corresponsal está en el sitio entregando información a la audiencia en tiempo real. ¹⁹ Este tipo de cobertura permite a los espectadores seguir un evento a medida que se desarrolla, brindando una experiencia más directa y auténtica. Los reportajes en directo suelen realizarse en situaciones de importante interés público, como desastres naturales, emergencias, eventos deportivos, políticos o culturales, conferencias de prensa, etc.

(CORAXUS, 2017) Indica que la cobertura en vivo generalmente comienza con una introducción, que proporciona el contexto del evento o situación que se cubre. El reportero o presentador explica brevemente de qué se trata el evento y cuál es el propósito del reportaje. Esto les da a los espectadores una idea general de qué esperar durante la transmisión en vivo. A medida que avanza la cobertura, la atención se centra en la evolución de la situación en tiempo real. Los reporteros o corresponsales brindan actualizaciones sobre la escena, contando lo que vieron y vivieron en ese momento. Esto puede incluir entrevistas con testigos o participantes, así como imágenes en vivo videos que muestren la situación en tiempo real.

Los expertos pueden interpretar los hechos y discutir posibles escenarios futuros, enriqueciendo la comprensión del público.

(Sandra Lado, 2021) Define que el periodismo en el siglo de las redes sociales ha conseguido que la manera de trabajar del redactor sea diferente. Un usuario cualquiera puede convertirse en creador, consumidor y distribuidor de contenidos si tiene un teléfono móvil a mano. La información ya no es propiedad únicamente del periodista que trabaja en un medio, lo que obliga a los profesionales de la información a estar al día de los cambios que se producen en el entorno digital. El periodista rastrea cuál es la última hora en determinados temas o analiza qué temas interesan o no a los usuarios y, a partir de ahí, desarrolla su trabajo.

El periodismo en redes sociales se refiere a la práctica de utilizar plataformas de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn para informar, difundir noticias y generar contenido informativo. Los periodistas y las organizaciones de medios utilizan estas plataformas para compartir historias, informes, entrevistas, imágenes y videos de forma rápida y directa con sus audiencias. El periodismo en redes sociales cambia la forma de producir y consumir información.

Aunque la tecnología digital ha democratizado en cierta medida la producción de contenido en vivo, todavía existen consideraciones en términos de los costos asociados con la producción de contenido de calidad. La inversión en equipos de transmisión, ancho de banda de internet, personal técnico y otros recursos puede afectar la calidad y la viabilidad de las transmisiones en vivo.

Tipos de noticias

Según (Gamboa, 2023) Categorizar noticias según varios criterios significa agrupar noticias según cómo se procesa la información, los temas tratados o la proximidad geográfica al evento noticioso.

- **Noticias políticas:** Se centran en eventos relacionados con el ejercicio del poder estatal, actividades gubernamentales y decisiones de interés público. noticias económicas. Siguen los acontecimientos más relevantes del mundo de las finanzas y los negocios.
- **Noticias sociales:** Cubren eventos o cuestiones que ocurren en la vida comunitaria.
- **Noticias de eventos policiales:** A menudo involucran incidentes relacionados con el crimen organizado, el crimen y las investigaciones policiales en curso.
- **Noticias culturales:** Informan sobre acontecimientos noticiosos que conforman la vida cultural de un país o comunidad.
- **Noticias de científicas:** noticias deportivas. Repasan los eventos deportivos más importantes de la sociedad. Suelen centrarse en los deportes más populares.
- **Noticias del mundo del espectáculo:** Se refieren a acontecimientos importantes en el mundo del cine,

¿Qué son las noticias en vivos?

(Garrido, 2022)Indica que Son noticias en tiempo real difundidas en tiempo real. Es una característica exclusiva de los Grupos de Chatter habilitada para publicaciones y comentarios. Cuando se publican nuevas noticias, inmediatamente aparece un mensaje en la parte superior del feed indicando cuántas publicaciones nuevas hay. Para comentarios nuevos: Al escribir un comentario, aparece una animación que contiene una frase que notifica al usuario que la escritura está en progreso.

Las noticias en vivo, también conocidas como noticias en tiempo real o noticias en vivo, son noticias que se transmiten o presentan al público mientras ocurre un evento o inmediatamente después. Estas noticias suelen ser reportadas en tiempo real a través de

medios como televisión, radio, medios digitales y redes sociales. Las noticias en vivo permiten a los espectadores obtener la información más reciente sobre eventos y situaciones en tiempo real. Pueden cubrir una amplia gama de temas, desde noticias de última hora sobre eventos importantes como desastres naturales o crisis políticas, hasta cobertura en vivo de eventos deportivos, ceremonias o conferencias de prensa.

Tipos de coberturas

Cobertura de Noticias Generales:

Engloba una amplia gama de eventos y temas de actualidad que son de interés general para la audiencia. Autores destacados en este ámbito incluyen Walter Lippmann y su trabajo sobre la opinión pública.

Cobertura de Última Hora:

Se enfoca en proporcionar información inmediata sobre eventos en desarrollo. Autores contemporáneos como Neil Postman han reflexionado sobre la velocidad de la información en la sociedad actual.

Cobertura en Profundidad:

Implica un análisis exhaustivo de un tema específico, brindando una comprensión más completa. Autores como Seymour Hersh son conocidos por su trabajo de investigación profunda en el periodismo.

Cobertura de Investigación:

(Rubio Ferreres, 2017) Define lo siguiente sobre la cobertura de investigación “Se centra en descubrir y revelar información nueva o desconocida. Periodistas de investigación como Bob Woodward y Carl Bernstein son conocidos por su trabajo en el caso Watergate”.

Cobertura Deportiva:

Informa sobre eventos deportivos, proporcionando análisis, estadísticas y entrevistas. Autores como David Halberstam han explorado la relación entre el deporte y la sociedad en sus escritos.

Cobertura de Entretenimiento:

Ofrece información sobre la industria del entretenimiento, incluyendo eventos culturales y noticias de celebridades. Autores como Janet Staiger han analizado la relación entre los medios y la cultura popular. (Rubio Ferreres, 2017)

Cobertura Meteorológica:

Informa sobre las condiciones climáticas actuales y ofrece pronósticos meteorológicos. Autores como James Gleick han abordado la complejidad de la predicción del clima en la era digital.

Cobertura de Desastres y Crisis:

Se enfoca en informar sobre situaciones de emergencia. Autores como Naomi Klein han explorado cómo los medios cubren crisis y desastres desde una perspectiva política y social.

Cobertura Política:

Brinda información sobre eventos políticos, elecciones y políticas gubernamentales. Autores como Noam Chomsky han influenciado el análisis crítico de la cobertura política y los medios de comunicación.

Cobertura de Tecnología:

Según (Rubio Ferreres, 2017) Informa sobre avances tecnológicos, lanzamientos de productos y novedades científicas. Autores como Sherry Turkle han explorado las implicaciones sociales de la tecnología en la sociedad moderna.

¿Qué es una cobertura en vivo

(Sevilla, 2023) Se refiere a la transmisión en vivo de un evento, situación o suceso a través de medios como la televisión, la radio, Internet o las redes sociales. Al informar en vivo, un reportero, corresponsal o corresponsal está en el sitio entregando información a la audiencia en tiempo real.

Este tipo de cobertura permite a los espectadores seguir un evento a medida que se desarrolla, brindando una experiencia más directa y auténtica. Los reportajes en directo suelen realizarse en situaciones de importante interés público, como desastres naturales, emergencias, eventos deportivos, políticos o culturales, conferencias de prensa, etc.

Partes de una cobertura en vivo:

(Cazaux, 2017) Indica que la cobertura en vivo generalmente comienza con una introducción, que proporciona el contexto del evento o situación que se cubre. El reportero o presentador explica brevemente de qué se trata el evento y cuál es el propósito del reportaje. Esto les da a los espectadores una idea general de qué esperar durante la transmisión en vivo. A medida que avanza la cobertura, la atención se centra en la evolución de la situación en tiempo real. Los reporteros o corresponsales brindan actualizaciones sobre la escena, contando lo que vieron y vivieron en ese momento. Esto puede incluir entrevistas con testigos o participantes, así como imágenes en vivo o videos que muestren la situación en tiempo real. Los expertos pueden interpretar los hechos y discutir posibles escenarios futuros, enriqueciendo la comprensión del público.

¿Qué es el periódico?

Un periódico es un medio de comunicación masiva que circula en una ciudad o pueblo en una o más páginas impresas, combinando texto e imágenes. Se entrega de forma regular o periódica, normalmente diaria o semanal, quincenal o mensual. Su función es informar, transmitir ideas y entretener.

Qué es el periodismo en redes sociales

(Sandra Lado, 2021) Define que el periodismo en el siglo de las redes sociales ha conseguido que la manera de trabajar del redactor sea diferente. Un usuario cualquiera puede convertirse en creador, consumidor y distribuidor de contenidos si tiene un teléfono móvil a mano. La información ya no es propiedad únicamente del periodista que trabaja en un medio, lo que obliga a los profesionales de la información a estar al día de los cambios que se producen en el entorno digital. El periodista rastrea cuál es la última hora

en determinados temas o analiza qué temas interesan o no a los usuarios y, a partir de ahí, desarrolla su trabajo.

(Sarmiento, 2020) indica lo siguiente:

El periodismo en redes sociales se refiere a la práctica de utilizar plataformas de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn para informar, difundir noticias y generar contenido informativo. Los periodistas y las organizaciones de medios utilizan estas plataformas para compartir historias, informes, entrevistas, imágenes y videos de forma rápida y directa con sus audiencias. El periodismo en redes sociales cambia la forma de producir y consumir información. Permite una comunicación más inmediata y directa entre los periodistas y el público, y también permite a los usuarios tener más interacción y participación. Además, las redes sociales pueden ser una fuente de noticias en tiempo real, lo que permite a los periodistas mantenerse actualizados sobre los últimos eventos y tendencias.

CAPÍTULO III- METODOLOGÍA.

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación adoptará un enfoque deductivo, partiendo de premisas generales sobre los medios de comunicación digitales y el formato de noticia en vivo, para luego aplicarlas a casos específicos y obtener conclusiones particulares.

El método deductivo, como explica Saunders et al. (2019), "implica comenzar con una teoría o premisa general y luego deducir observaciones o hipótesis específicas que puedan probarse empíricamente". En este estudio, se partirá de conceptos y teorías generales sobre la transformación digital de los medios, la cobertura en vivo y los desafíos asociados, para luego analizar su aplicación en casos concretos.

En primer lugar, se llevará a cabo una extensa revisión de literatura académica y profesional sobre los medios de comunicación digitales y el formato de noticia en vivo. Como señalan Creswell y Creswell (2018), "una revisión exhaustiva de la literatura permite identificar las principales teorías, conceptos y hallazgos previos relacionados con el tema de investigación".

A partir de esta revisión, se establecerán las premisas generales que guiarán el estudio. Estas premisas abarcarán aspectos como la evolución de los medios digitales, las características del formato de noticia en vivo, los desafíos técnicos y éticos asociados, y las implicaciones para las audiencias.

Una vez establecidas las premisas generales, se seleccionarán casos de estudio específicos para su análisis. Estos casos serán medios de comunicación digitales que hayan implementado el formato de noticia en vivo en su cobertura periodística. Como

explican Yin y Heald (2021), "los estudios de caso permiten examinar en profundidad un fenómeno en su contexto real, lo que puede proporcionar una comprensión más detallada y matizada".

La recolección de datos se realizará a través de múltiples fuentes, incluyendo entrevistas semiestructuradas con periodistas y profesionales de los medios seleccionados, análisis de contenido de las transmisiones en vivo, observación directa de procesos y procedimientos, y revisión de documentos y materiales internos. Según Stake (2021), "la triangulación de fuentes de datos permite obtener una visión más completa y precisa del fenómeno estudiado".

La presente investigación adoptará un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, con el objetivo de obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado. Como señalan Creswell y Creswell (2018), "los enfoques mixtos permiten integrar datos cuantitativos y cualitativos, lo que puede resultar en una mayor profundidad de comprensión y validez de los resultados".

En primer lugar, se llevó a cabo una fase cuantitativa, donde se recopilaron y analizaron datos numéricos y estadísticos relacionados con los medios de comunicación digitales y el formato de noticia en vivo. Se realizarán encuestas a una muestra representativa de periodistas y profesionales de medios que hayan implementado este formato, con el objetivo de obtener información sobre aspectos como la frecuencia de uso, los recursos técnicos y humanos involucrados, y la percepción de los desafíos y oportunidades.

Además, se llevarán a cabo análisis de contenido cuantitativos de las transmisiones en vivo, registrando variables como la duración, la audiencia alcanzada, la interacción con los usuarios y la presencia de elementos multimedia.

En la fase cualitativa, se utilizarán métodos como entrevistas semiestructuradas y grupos focales con periodistas, expertos y académicos en el campo de los medios digitales. Como explica Yin (2018), "las entrevistas cualitativas permiten obtener una comprensión profunda de las perspectivas, experiencias y conocimientos de los participantes".

También se realizará observación directa de los procesos y procedimientos involucrados en la producción y difusión de las transmisiones en vivo, así como análisis de contenido cualitativo de las mismas, buscando identificar patrones, temas recurrentes y aspectos relevantes.

Tanto los datos cuantitativos como los cualitativos serán analizados de manera rigurosa, empleando técnicas estadísticas y de análisis de contenido apropiadas. Posteriormente, se procederá a la integración y triangulación de los resultados, buscando complementar y validar los hallazgos obtenidos mediante ambos enfoques.

3.2. Operacionalización de variables

Variable Independiente: Medios de comunicación digital

Según (Villafuerte, 2023) La manipulación de la variable independiente, los medios de comunicación digital, implica exponer a diferentes grupos de estudio a distintas características y aspectos de estos medios. Por ejemplo, un grupo podría tener acceso a una amplia gama de medios digitales, incluyendo sitios web de noticias, aplicaciones móviles y diversas plataformas de redes sociales, mientras que otro grupo podría estar limitado a una única plataforma. Esto permitiría analizar cómo la diversidad o la restricción en el acceso a los medios digitales afecta al consumo de información en vivo.

Variable Dependiente: Formato de noticia en vivo

Por otro lado, la variable dependiente, el formato de noticia en vivo, es el resultado que se espera que cambie como consecuencia de la exposición a diferentes medios de comunicación digital. Se podría medir la duración total de las transmisiones en vivo de noticias, así como la frecuencia con la que se realizan estas transmisiones, después de que los grupos hayan sido expuestos a diferentes tipos de medios digitales. (DRA. ELEONORA ESPINOZA, 2018)

Variable	Definición Conceptual	DIMENSIONES	Indicador	Tipo de Variable	ITEM
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL	Se refiere a las plataformas o canales de comunicación que utilizan tecnología digital.	<ul style="list-style-type: none">• Plataforma• Variedad de Contenido• Interactividad• Personalización	Lista de medios digitales utilizados por el individuo.	Categórica	Nominal
EL FORMATO DE NOTICIA EN VIVO	Se refiere al tipo de presentación de las noticias que se transmiten en tiempo real, generalmente a través de medios de comunicación como la televisión.	<ul style="list-style-type: none">• Duración• Estilo Narrativo• Presentadores• Interactividad con la Audiencia• Uso de Multimedia	Tipo específico de formato de noticia en vivo utilizado para consumir información.	Categórica	Nominal

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

3.3. Población y muestra de investigación

3.3.1. Población

La población con la que se realizó la encuesta fue para los seguidores de los medios de comunicación RADIO LIFE, EL VOCERO, RADIO LIBRE. Y la Entrevista se realizó a los periodistas.

Tamaño de la población

666.002,6

Nivel de confianza (%)

95

Margen de error (%)

5

ENTREVISTADO	MEDIOS	SEGUIDORES
<i>Fernando ronquillo</i>	RDIO LIFE	2,6 mil seguidores
<i>Marlon Ayala</i>	EL VOCERO	65 mil seguidores

Alexander Velasco	Radio Libre 93.9 FMI	73 mil seguidores
--------------------------	---------------------------------	----------------------

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

3.3.2. Muestra

El muestreo se utilizó para la presente investigación, es muestreo no probabilístico, ya que no se empleó un listado específico, por lo que no se puede utilizar el método al azar, enfocándose principalmente en los seguidores de los medios de comunicación.

Muestra Finita: 398

3.4. Técnica e instrumentos de medición

3.4.1. Técnica

Para investigar los medios de comunicación digital y el formato de noticias en vivo, se emplearán tanto encuestas como entrevistas. Las encuestas permitirán recopilar datos de un gran número de personas mediante un cuestionario estructurado, mientras que las entrevistas proporcionarán información más detallada y cualitativa sobre el tema.

Según Naresh K. Malhotra en su libro "Investigación de Mercados", la encuesta es un método de recopilación de datos que implica entrevistar a un gran número de personas mediante un cuestionario previamente elaborado. Este cuestionario está diseñado para obtener información específica. Las encuestas formulan preguntas para recopilar sistemáticamente información de los encuestados. Estas se pueden hacer en línea, en persona o por teléfono.

Para la recolección de información de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta. El instrumento que se utilizó en la investigación consiste en un cuestionario que

contiene preguntas cerradas de opción múltiple. Para la estructuración del instrumento se tomaron en cuenta aspectos como la influencia de las redes, la influencia de la tecnología en la vida diaria y la incidencia de la conectividad diaria.

3.4.2 Instrumentos

CUESTIONARIO

Isaac and Michael (2021): Definen la encuesta como "una técnica de obtención de datos en la que se hace una serie de preguntas a personas representativas de una población".

Kerlinger (2017): Lo describe como "una investigación no experimental en la que el investigador se basa en informes personales o verbales de los hechos, la conducta o las condiciones y en donde los datos son recopilados utilizando un cuestionario o una entrevista".

Babbie (2018): Él la define como "un método de investigación en el cual se obtienen datos al hacer preguntas a personas en forma verbal o por escrito".

En general, la encuesta implica recopilar información mediante preguntas estructuradas que se administran de manera consistente a un grupo representativo de individuos. Con el objetivo principal de obtener datos cuantificables y analizar patrones o tendencias en la población estudiada en base al tema estudiado.

ENTREVISTA

La entrevista se define como un método de investigación en el cual se obtienen datos al hacer preguntas a personas en forma verbal o por escrito. Este proceso facilita la recopilación de información directamente de los individuos involucrados en el estudio,

permitiendo una comprensión más profunda de sus experiencias, opiniones y perspectivas sobre un tema específico. La flexibilidad de la entrevista permite adaptarse al contexto y a las respuestas de los entrevistados, lo que puede llevar a conversaciones más detalladas y reveladoras. Además, la entrevista puede llevarse a cabo de manera estructurada, semiestructurada o no estructurada, dependiendo de los objetivos de investigación y del grado de formalidad requerido. En resumen, la entrevista es una herramienta fundamental en la investigación social y cualitativa, que proporciona información valiosa para comprender mejor fenómenos sociales, comportamientos humanos y dinámicas interpersonales (Babbie, 2018).

3.5. Procesamiento de datos.

Se llevará a cabo un proceso estructurado de recolección y análisis de datos para investigar los medios de comunicación digitales y los formatos de noticias en tiempo real. Se dividirá en etapas, incluyendo análisis de contenido para examinar los formatos de noticias disponibles, y análisis estadísticos de datos cuantitativos de encuestas para identificar tendencias en el consumo de noticias en tiempo real. Este enfoque integral permitirá comprender mejor cómo se presentan y distribuyen las noticias en tiempo real en diferentes plataformas digitales.

3.6. Aspectos éticos

El uso de encuestas y entrevistas en el estudio de medios de comunicación digital y el formato de noticia en vivo plantea importantes consideraciones éticas. Estas herramientas de investigación, al recopilar datos sobre la percepción y el comportamiento de las audiencias, deben ser utilizadas con responsabilidad y transparencia.

Es fundamental garantizar que las preguntas formuladas sean éticamente sólidas y no sesgadas, de modo que no influyan en las respuestas de los encuestados o entrevistados. Asimismo, se debe respetar la privacidad y confidencialidad de los participantes, asegurando que la información recopilada se utilice únicamente con fines investigativos y que se proteja la identidad de los encuestados cuando sea necesario. Además, es crucial que los resultados de las encuestas y entrevistas se presenten de manera honesta y precisa, evitando interpretaciones tendenciosas que puedan distorsionar la realidad.

CAPÍTULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

4.1. Resultados

La encuesta realizada proporcionó una visión amplia y profunda sobre los hábitos y preferencias de las personas en relación con el consumo de noticias y sucesos informativos en el contexto de los medios digitales. Al examinar los datos recopilados, se reveló que casi el 40% de los encuestados realizan actividades relacionadas con el consumo de noticias diariamente. Este hallazgo sugiere que para una parte significativa de la población, mantenerse informado es una práctica fundamental en su rutina diaria. Estas actividades pueden ser variadas, abarcando desde la revisión de noticias locales hasta el seguimiento de eventos globales, y pueden estar motivadas por responsabilidades laborales, académicas o personales que requieren una atención constante y regular.

Por otro lado, alrededor del 20% de los encuestados llevan a cabo estas actividades varias veces por semana. Esta frecuencia sugiere que, aunque importantes, estas actividades no necesariamente requieren atención diaria. En su lugar, podrían estar relacionadas con prácticas de autocuidado, como la lectura de artículos de interés o la participación en debates en línea, o actividades recreativas y sociales que se llevan a cabo con cierta regularidad pero no de manera constante. Esta distribución en la frecuencia de las actividades refleja un equilibrio entre la importancia de mantenerse informado y la necesidad de dedicar tiempo a otras responsabilidades y actividades de la vida cotidiana.

Además, un 15% de los encuestados realiza estas actividades solo una vez por semana. Esta menor frecuencia sugiere que para este grupo de personas, el consumo de noticias y sucesos informativos no ocupa un lugar tan prioritario en su vida cotidiana. Estas

actividades pueden incluir pasatiempos relacionados con la lectura de noticias específicas, el entretenimiento o incluso tareas domésticas que se realizan de manera menos frecuente debido a su naturaleza no urgente o su menor impacto en la vida diaria.

Por otro lado, casi el 17% de los encuestados indicaron que realizan estas actividades solo de manera ocasional. Esto sugiere que para este grupo, el consumo de noticias y sucesos informativos no forma parte regular de su rutina diaria. Pueden ser actividades menos comunes o menos importantes para la mayoría, reservadas para ocasiones especiales o situaciones específicas en las que buscan información adicional sobre un tema en particular o sobre un evento de interés.

Finalmente, alrededor del 8% de los encuestados indicaron que nunca realizan estas actividades. Esto puede deberse a varias razones, como falta de interés en el consumo de noticias, disponibilidad limitada de tiempo para dedicarse a estas actividades o simplemente porque no consideran que el consumo de noticias sea relevante para sus vidas. Esta diversidad en los hábitos y preferencias de consumo de noticias refleja la variabilidad en los estilos de vida y las prioridades de la audiencia encuestada.

En cuanto al tipo de contenido consumido, los resultados de la encuesta revelaron que las noticias actuales son la opción más popular entre los encuestados, con un 35.2%. Esto indica que una parte significativa de la población tiene un interés activo en mantenerse informada sobre los eventos y desarrollos actuales tanto a nivel local como global. Este alto porcentaje refleja la importancia que se da a estar al tanto de los acontecimientos del mundo en el día a día, ya sea por motivos profesionales, personales o simplemente por interés general en la actualidad.

Por otro lado, el deporte y el entretenimiento siguieron de cerca, con un 26.9% y un 26.4% respectivamente. Estos resultados muestran que una proporción considerable de los

encuestados disfruta siguiendo eventos deportivos y actividades de entretenimiento, lo que refleja una diversidad de intereses dentro de la población encuestada. Esta división casi equitativa entre deportes y entretenimiento sugiere que los medios digitales deben ofrecer una variedad de contenido para satisfacer las diferentes preferencias de su audiencia.

En cuanto al uso de dispositivos electrónicos para acceder a noticias y sucesos informativos, los resultados de la encuesta revelaron una clara preferencia por el teléfono inteligente, con un notable 46.45% de los encuestados optando por este dispositivo. Este alto porcentaje subraya la importancia del teléfono inteligente en la vida cotidiana moderna, donde no solo se utiliza para comunicaciones básicas, sino también como una herramienta multifacética para actividades que van desde la navegación web hasta el entretenimiento y el trabajo remoto.

En segundo lugar, la computadora portátil sigue siendo una opción popular, elegida por el 29.4% de los encuestados. Aunque este porcentaje es menor que el del teléfono inteligente, sugiere que hay una demanda continua de dispositivos que ofrezcan una experiencia de usuario más amplia y funcionalidades adicionales, como la capacidad de trabajar en proyectos extensos o realizar tareas más complejas.

Las tabletas ocupan un lugar intermedio en términos de preferencia, con el 17.5% de los encuestados optando por este dispositivo. Aunque las tabletas ofrecen portabilidad y una interfaz táctil similar a la de los teléfonos inteligentes, parece que no son tan preferidas como estos últimos, posiblemente debido a su limitación en términos de productividad y uso intensivo.

Por último, los televisores inteligentes, con un 16.7% de preferencia, muestran que aunque están ganando popularidad como una opción para consumir contenido multimedia, todavía no son tan centrales en la vida cotidiana como los teléfonos inteligentes o las computadoras portátiles. Sin embargo, su presencia en la encuesta indica una tendencia hacia la convergencia de la tecnología en el hogar, donde los televisores inteligentes se integran cada vez más en el ecosistema digital de los usuarios.

Fernando Ronquillo destaca la importancia del formato de noticias en vivo en su medio, Radio Life, enfatizando la necesidad de adaptarse a las plataformas digitales para mantener la relevancia en un panorama mediático cambiante. Su enfoque en la credibilidad y la verificación de fuentes subraya la responsabilidad de proporcionar información precisa a la audiencia. La integración de tecnología y la difusión en diversas plataformas demuestran un compromiso con la accesibilidad y la actualización constante. Sin embargo, el desafío de mantener la precisión en un entorno digital donde la velocidad a veces precede a la veracidad sigue siendo una preocupación constante.

Marlon Ayala destaca la importancia del formato de noticias en vivo para su medio, resaltando su capacidad para mantener a la audiencia informada y comprometida en tiempo real. Sin embargo, reconoce los desafíos inherentes a la transmisión en vivo, especialmente en términos de precisión y manejo de la información en tiempo real. Su enfoque en el uso de tecnología accesible, como teléfonos celulares y computadoras, destaca la adaptabilidad del medio para mantenerse al día con las demandas del entorno digital.

Alexander Velasco de Luca resalta la importancia de la inmediatez y la actualización constante que ofrece el formato de noticias en vivo en su medio, Radio Libre 93.9 FM. Su enfoque en la cobertura de eventos importantes y entrevistas exclusivas subraya el

compromiso del medio con la relevancia y la profundidad en su contenido. La interacción activa con la audiencia a través de comentarios en tiempo real y redes sociales demuestra un esfuerzo por mantener un diálogo bidireccional y fomentar la participación de la audiencia en las transmisiones en vivo. saturado de información.

PREGUNTA #1

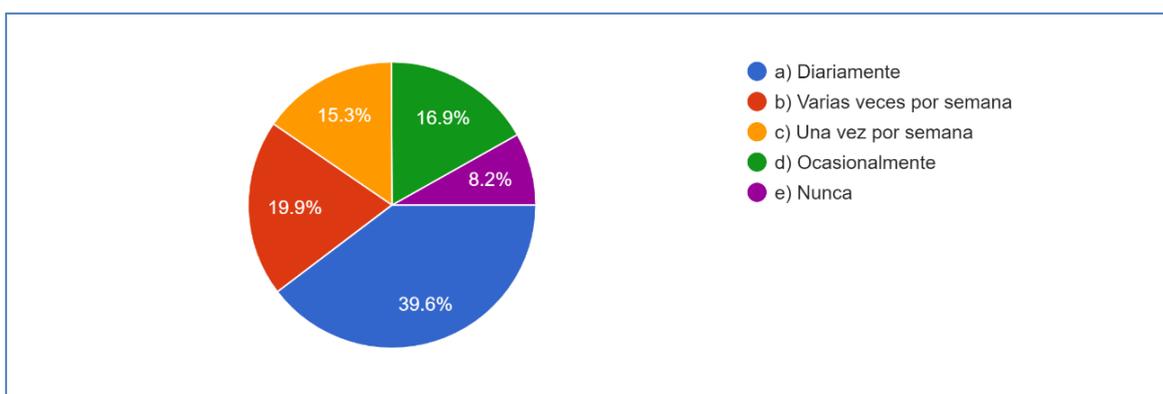
1.¿Con qué frecuencia consumes transmisiones en vivo de medios de comunicación digital?

Tabla 1.PREGUNTA #1

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
a) Diariamente	155	39.6%
b) Varias veces por semana	78	19.9%
c) Una vez por semana	60	15.3%
d) Ocasionalmente	66	16,9%
e) Nunca	32	8.2%
Respuestas Final	391	100%

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

Ilustración 1.PREGUNTA #1



Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

ANALISIS:

Los resultados de la encuesta muestran que casi el 40% de los encuestados realizan actividades diariamente. Esto sugiere que estas actividades son una parte crucial de la rutina diaria para una gran parte de la población. Pueden incluir responsabilidades

laborales, académicas o personales que requieren atención constante y regularidad. Este alto porcentaje refleja la importancia de estas actividades en la vida cotidiana de las personas encuestadas.

Por otro lado, alrededor del 20% de los encuestados realizan estas actividades varias veces por semana. Esto indica que estas actividades son importantes, pero no necesariamente requieren atención diaria. Podrían incluir prácticas de autocuidado, actividades recreativas o sociales que se llevan a cabo con cierta regularidad pero no de manera constante. Esta frecuencia sugiere un equilibrio entre la importancia de estas actividades y su necesidad de ser realizadas con menos frecuencia que las actividades diarias.

Un 15% de los encuestados realiza las actividades solo una vez por semana. Esta menor frecuencia sugiere que estas actividades son consideradas menos prioritarias o necesarias en comparación con las anteriores. Podrían incluir pasatiempos, entretenimiento o tareas domésticas que se realizan de manera menos frecuente debido a su naturaleza no urgente o su menor impacto en la vida diaria.

Por otro lado, casi el 17% de los encuestados realiza estas actividades solo de manera ocasional. Esto sugiere que estas actividades no son una parte regular de la vida cotidiana de este grupo de encuestados. Podrían ser actividades menos comunes o menos importantes para la mayoría, reservadas para ocasiones especiales o situaciones específicas.

Finalmente, alrededor del 8% de los encuestados indicaron que nunca realizan estas actividades. Esto puede deberse a varias razones, como falta de interés, disponibilidad limitada o simplemente no ser relevantes para sus vidas. Estas actividades pueden no ser consideradas esenciales o deseables por este grupo en particular, lo que refleja una diversidad de preferencias y estilos de vida entre los encuestados.

PREGUNTA #2

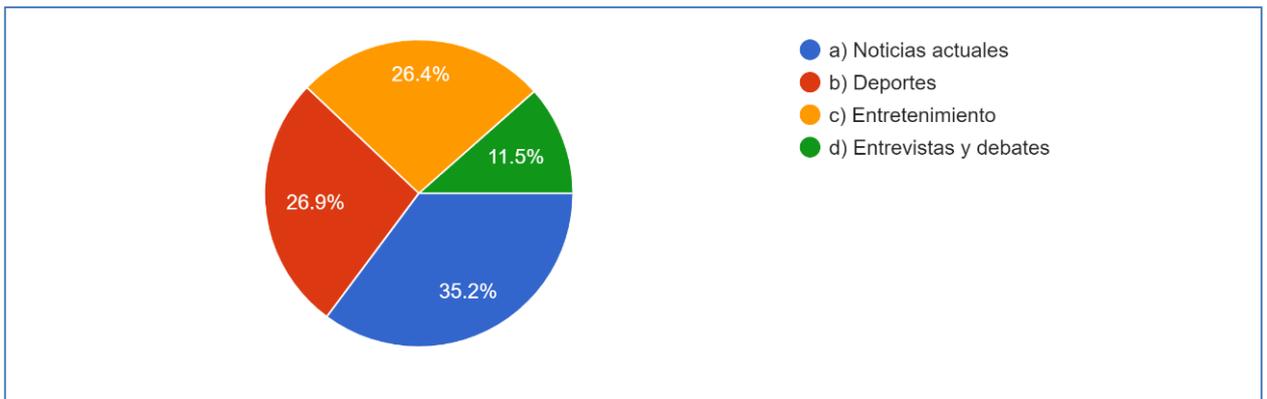
2.¿Qué tipo de contenido prefieres ver en las transmisiones en vivo de los medios de comunicación digital?

Tabla 2.PREGUNTA #2

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
a) Noticias actuales	128	35.2%
b) Deportes	98	26.9%
c) Entretenimiento	96	26.4%
d) Entrevistas y debates	42	11.6%
Respuestas Final	364	100%

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

Ilustración 2.PREGUNTA #2



Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

ANÁLISIS:

Los resultados de la encuesta revelan que las noticias actuales son la opción más popular entre los encuestados, con un 35.2%. Esto sugiere que una parte significativa de la población tiene un interés activo en mantenerse informada sobre los eventos y desarrollos actuales tanto a nivel local como global. Este alto porcentaje refleja la importancia que se da a estar al tanto de los acontecimientos del mundo en el día a día.

Por otro lado, el deporte y el entretenimiento siguen de cerca, con un 26.9% y un 26.4% respectivamente. Estos resultados muestran que una proporción considerable de los encuestados disfruta siguiendo eventos deportivos y actividades de entretenimiento. Esta división casi equitativa entre deportes y entretenimiento sugiere una diversidad de intereses dentro de la población encuestada, con algunos que prefieren actividades físicas y otros que buscan formas de entretenimiento más variadas.

En cuanto a las entrevistas y debates, el 11.6% indica que una parte minoritaria de los encuestados se inclina hacia este tipo de contenido. Esto sugiere que hay un segmento de la población que valora el análisis y la discusión en profundidad sobre diversos temas, ya sea a través de entrevistas o debates formales.

PREGUNTA #3

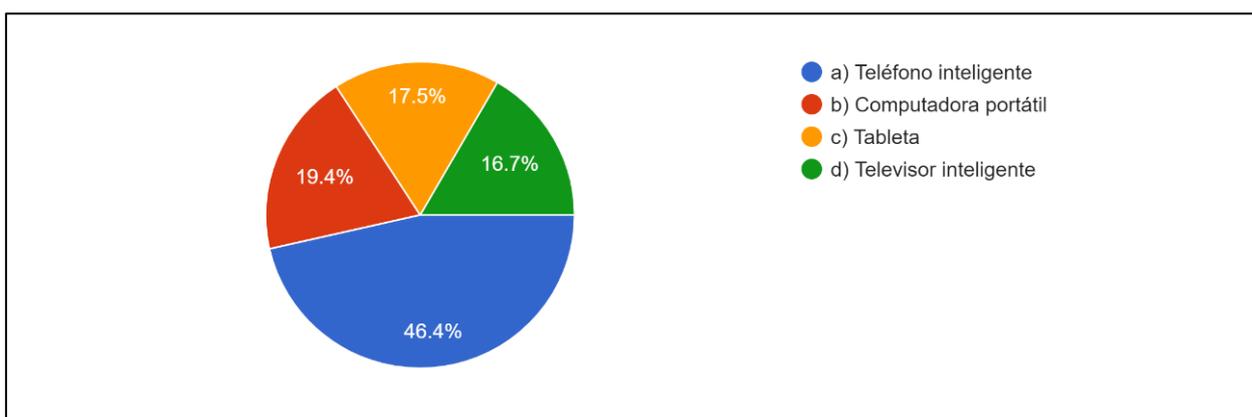
3. ¿Qué dispositivos utilizas principalmente para ver transmisiones en vivo de medios de comunicación digital?

1. *Tabla 3.PREGUNTA #3*

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
a) Teléfono inteligente	170	46.45
b) Computadora portátil	71	29.4%
c) Tableta	64	17.5%
d) Televisor inteligente	61	16.7%
Respuestas Final	366	100%

2. *Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily*

Ilustración 3.PREGUNTA #3



Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

ANALISIS:

Los resultados de la encuesta sobre el uso de dispositivos electrónicos revelan una clara preferencia por el teléfono inteligente, con un notable 46.45% de los encuestados optando por este dispositivo. Este alto porcentaje subraya la importancia del teléfono inteligente en la vida cotidiana moderna, donde no solo se utiliza para comunicaciones básicas, sino también como una herramienta multifacética para actividades que van desde la navegación web hasta el entretenimiento y el trabajo remoto.

En segundo lugar, la computadora portátil sigue siendo una opción popular, elegida por el 29.4% de los encuestados. Aunque este porcentaje es menor que el del teléfono inteligente, sugiere que hay una demanda continua de dispositivos que ofrezcan una experiencia de usuario más amplia y funcionalidades adicionales, como la capacidad de trabajar en proyectos extensos o realizar tareas más complejas.

Las tabletas ocupan un lugar intermedio en términos de preferencia, con el 17.5% de los encuestados optando por este dispositivo. Aunque las tabletas ofrecen portabilidad y una interfaz táctil similar a la de los teléfonos inteligentes, parece que no son tan preferidas como estos últimos, posiblemente debido a su limitación en términos de productividad y uso intensivo.

Por último, los televisores inteligentes, con un 16.7% de preferencia, muestran que aunque están ganando popularidad como una opción para consumir contenido multimedia, todavía no son tan centrales en la vida cotidiana como los teléfonos inteligentes o las computadoras portátiles. Sin embargo, su presencia en la encuesta indica una tendencia hacia la convergencia de la tecnología en el hogar, donde los televisores inteligentes se integran cada vez más en el ecosistema digital de los usuarios.

PREGUNTA #4

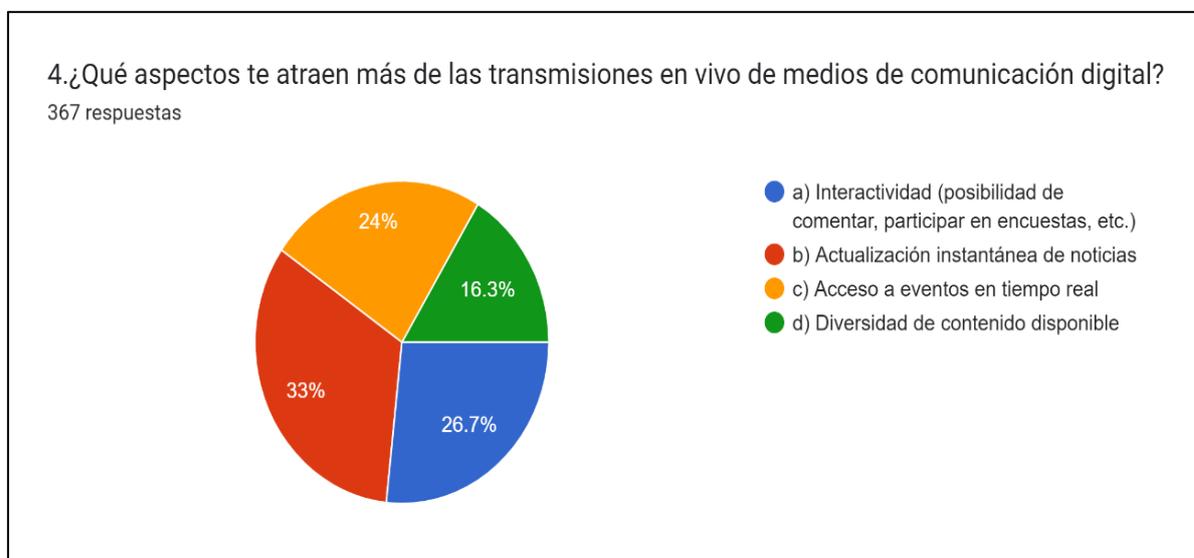
4. ¿Qué aspectos te atraen más de las transmisiones en vivo de medios de comunicación digital?

5. *Tabla 4.PREGUNTA #4*

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
a) Interactividad (posibilidad de comentar, participar en encuestas, etc.	98	26.7%
b) Actualización instantánea de noticias	121	33%
c) Acceso a eventos en tiempo real	88	24%
d) Diversidad de contenido disponible	60	16,3%
Respuestas Final	367	100%

6. *Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily*

Ilustración 4,PREGUNTA #4



Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

ANALISIS:

Los resultados de la encuesta sobre las características preferidas en una plataforma en línea proporcionan una visión interesante de las prioridades de los usuarios. La opción más popular entre los encuestados fue la actualización instantánea de noticias, con un notable 33% de preferencia. Esto destaca la importancia que se otorga a la frescura y la velocidad en la entrega de información en línea, lo que refleja el deseo de mantenerse al día con los eventos actuales y relevantes en tiempo real.

Siguiendo de cerca, con un 26.7% de preferencia, se encuentra la interactividad, que incluye características como la posibilidad de comentar, participar en encuestas y otras formas de participación. Este resultado subraya la importancia de la participación y la conexión social en la experiencia en línea, donde los usuarios valoran la oportunidad de involucrarse y compartir sus opiniones con otros usuarios.

En tercer lugar, el acceso a eventos en tiempo real obtuvo un 24% de preferencia. Esta característica es valorada por aquellos interesados en seguir eventos en vivo, como transmisiones deportivas o conferencias. La capacidad de acceder a estos eventos en tiempo real proporciona una experiencia inmersiva y enriquecedora que algunos usuarios consideran esencial en una plataforma en línea.

Por último, la diversidad de contenido disponible, aunque ocupando el menor porcentaje con un 16.3%, sigue siendo una consideración importante para un segmento significativo de los encuestados.

PREGUNTA #5

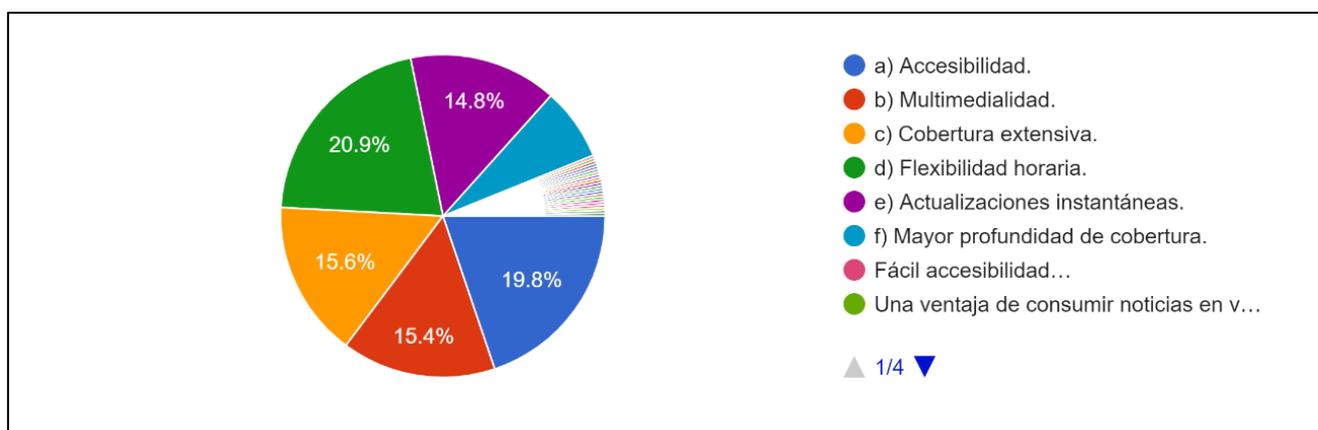
5.¿Cuáles crees que son las principales ventajas de consumir noticias en vivo a través de medios de comunicación digital en comparación con otros formatos (como noticias pregrabadas o impresas)?

Tabla 5.PREGUNTA #5

<i>OPCIONES</i>	<i>RESPUESTAS</i>	<i>PORCENTAJE</i>
a) Accesibilidad.	71	19.8%
b) Multimedialidad.	55	15.4%
c) Cobertura extensiva.	56	15.6%
d) Flexibilidad horaria.	75	20.9%
e) Actualizaciones instantáneas.	53	14.8%
f) Mayor profundidad de cobertura.	26	7.3%
g) Fácil accesibilidad...	1	0.3%
h) Una ventaja de consumir noticias	1	0.3%
Respuestas Final	358	94.4%

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

Ilustración 5.PREGUNTA #5



Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

ANALISIS:

Los resultados de la encuesta sobre las características preferidas al consumir noticias en línea ofrecen una visión detallada de las prioridades de los usuarios. En primer lugar, la flexibilidad horaria emergió como la opción más popular, con un notable 20.9% de preferencia, lo que subraya la importancia de poder acceder a las noticias en cualquier momento y lugar. La accesibilidad también fue valorada, con un 19.8%, destacando la necesidad de que las noticias sean fácilmente accesibles para todos los usuarios. La multimedialidad y la cobertura extensiva recibieron porcentajes similares de preferencia, sugiriendo que muchos usuarios valoran la inclusión de elementos multimedia y la

amplitud de la cobertura de noticias. Las actualizaciones instantáneas también fueron valoradas, aunque en menor medida, con un 14.8% de preferencia. Por otro lado, la mayor profundidad de cobertura, la fácil accesibilidad y una ventaja clara al consumir noticias en línea recibieron porcentajes más bajos de preferencia, lo que sugiere que estos aspectos pueden ser menos prioritarios para la mayoría de los usuarios. En conjunto, estos resultados ofrecen información valiosa sobre las preferencias de los usuarios al consumir noticias en línea, lo que puede ayudar a los proveedores de noticias a adaptar sus plataformas para satisfacer mejor las necesidades de su audiencia.

4.2. Discusión

La discusión general sobre los resultados de la entrevista y la encuesta revela una serie de tendencias y consideraciones importantes sobre el consumo y la producción de transmisiones en vivo en el entorno digital.

En primer lugar, la frecuencia de consumo muestra que las transmisiones en vivo son una parte integral de la vida cotidiana para la mayoría de los encuestados, con una alta proporción realizando estas actividades diariamente. Esto subraya la importancia crucial de este formato en la sociedad actual, donde la instantaneidad y la actualización constante de información son altamente valoradas.

Las preferencias de contenido reflejan una demanda diversa, con las noticias actuales liderando como la opción más popular, seguidas de cerca por el deporte y el entretenimiento. Sin embargo, también existe un interés significativo en contenido más analítico, como entrevistas y debates, lo que sugiere una audiencia que busca una comprensión más profunda de diversos temas.

En cuanto a los dispositivos utilizados, el predominio del teléfono inteligente como dispositivo preferido destaca la importancia de la accesibilidad y la portabilidad para la

audiencia moderna. Esta tendencia hacia la convergencia de la tecnología en el hogar también se refleja en la preferencia por los televisores inteligentes.

Las ventajas de consumir noticias en vivo, como la flexibilidad horaria y la accesibilidad, se contrarrestan con preocupaciones sobre la veracidad de la información y la sobrecarga de datos. Esto indica la necesidad de mantener un equilibrio entre la velocidad y la precisión en la entrega de contenido en vivo. Las estrategias utilizadas por los medios para atraer audiencia incluyen mejorar la calidad de producción audiovisual y aumentar la interacción con la audiencia, lo que demuestra un enfoque en el compromiso y la participación activa de la audiencia.

Las sugerencias de mejora resaltan la importancia de la calidad de producción audiovisual, la interacción con la audiencia y la transparencia en la presentación de información. Estas áreas son clave para garantizar una experiencia satisfactoria y significativa para la audiencia en un entorno mediático digital cada vez más saturado.

La confianza en la veracidad de la información proporcionada en las transmisiones en vivo muestra una disposición generalizada de la audiencia para respaldar ciertas ideas o propuestas presentadas.

CAPÍTULO V.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones

- La transmisión en vivo de los medios de comunicación digital ha demostrado tener un impacto significativo en la audiencia, ya que proporciona una conexión más inmediata y emocional con la información. La capacidad de interactuar en tiempo real y compartir comentarios con otros espectadores crea una experiencia más inmersiva para el público. Esto resalta la importancia de este formato para los medios digitales en la persecución de una audiencia comprometida y activa.
- Las ventajas del formato de noticias en vivo en los medios de comunicación digital incluyen la capacidad de ofrecer información en tiempo real, generar interacción con la audiencia y aumentar la credibilidad al mostrar la autenticidad de los eventos. Sin embargo, las desventajas pueden incluir errores en la información transmitida y la falta de control sobre el contenido generado por la audiencia.
- Los medios de comunicación digitales emplean una variedad de estrategias en el formato de noticias en vivo, desde la cobertura de eventos en directo hasta la realización de entrevistas y debates en tiempo real. Estas estrategias están diseñadas para aumentar la audiencia, fomentar la participación y mantener la relevancia en un entorno mediático altamente competitivo.

5.2. Recomendaciones

3. Para maximizar el impacto de las transmisiones en vivo, los medios de comunicación digitales deben enfocarse en desarrollar estrategias que fomenten una participación aún más profunda de la audiencia. Esto podría incluir la implementación de herramientas interactivas, como encuestas en vivo y sesiones

de preguntas y respuestas, así como la promoción activa en las redes sociales para aumentar la visibilidad y el alcance de las transmisiones.

4. Para mitigar los riesgos asociados con las transmisiones en vivo, es esencial que los medios de comunicación digitales implementen rigurosos procesos de verificación de información y brinden capacitación adecuada al personal encargado de realizar estas transmisiones. Además, se recomienda establecer políticas claras para gestionar el contenido generado por la audiencia, incluyendo la moderación activa de comentarios y la definición de límites claros en cuanto a lo que es aceptable en términos de contenido.
5. Para mantenerse a la vanguardia en el ámbito de las noticias en vivo, los medios de comunicación digitales deben seguir innovando en sus estrategias y adoptar las últimas tecnologías disponibles. Esto podría implicar el uso de herramientas como realidad aumentada o transmisiones en 360 grados para ofrecer una experiencia aún más inmersiva a la audiencia. Además, es crucial que los medios digitales estén atentos a las tendencias emergentes y las preferencias de la audiencia, adaptando continuamente sus enfoques para satisfacer las demandas cambiantes del mercado.

Referencias

- Bounegru, L. G. (2018). *The Data Journalism Handbook 2: Towards a Critical Data Practice*. Amsterdam University Press.
- Bruns, A., & Highfield, T. (2019). *Bourdieu y el futuro de la investigación en redes sociales*.
- Cazaux, D. (2017). *El reportaje interpretativo*. Quito: EDISIONES SIESPAL.
- CORAXUS. (9 de November de 2017). *La Comunicación*. Recuperado el 21 de January de 2024, de YouTube: Home: https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-71382016000300002&script=sci_arttext
- Deuze, M. (2019). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*.
- Dijk, V. (2019). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. University Press.
- DRA. ELEONORA ESPINOZA. (10 de 2018). *www.bvs.hn/HonduraS*. Obtenido de [www.bvs.hn/HonduraS:
http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/VARIABLES.Y.OPERACIONALIZACION.pdf](http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/VARIABLES.Y.OPERACIONALIZACION.pdf)
- Duarte, J. (23 de Noviembre de 2023). *Medios de Comunicación - Qué son, cuáles son, información, tipos*. Recuperado el 21 de January de 2024, de Concepto: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- Farías, G. (16 de 1 de 2018). *concepto.de*. Obtenido de [concepto.de:
https://concepto.de/comunicacion/](https://concepto.de/comunicacion/)
- FRANCISCO MARÍA. (21 de May de 2023). *¿Cómo ha evolucionado la comunicación en la historia?* Recuperado el 21 de January de 2024, de Okdiario: <https://okdiario.com/historia/como-evolucionado-comunicacion-historia-10947242>
- Gamboa, V. (30 de Ago de 2023). *humanidades.com*. Obtenido de [humanidades.com:
https://humanidades.com/noticia/](https://humanidades.com/noticia/)
- García, J. T. (2 de April de 2022). *El impacto de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación*. Recuperado el 21 de January de 2024, de Generación dos punto cero: <https://generaciondospuntocero.com/el-impacto-de-las-nuevas-tecnologias-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Garrido, J. M. (2022). *www.egafutura.com*. Obtenido de [www.egafutura.com:
https://www.egafutura.com/glosario/noticias-vivo](https://www.egafutura.com/glosario/noticias-vivo)
- González, C. (17 de 5 de 2019). *Historia, teoría e investigación de la comunicación*. Recuperado el 21 de January de 2024, de SciELO México: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100002
- Haenlein, K. y. (2020). *Media, and Technology Trends and Predictions* . Institute for the Study of Journalism.
- Jenkins, H. (2020). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

- Kovach, R. y. (2018). *The economics and financing of media companies*. New York: Media Economics.
- Muniz, L. (9 de Jul de 2019). *rockcontent.com*. Obtenido de rockcontent.com: <https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>
- Newman. (2020). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions*. Institute for the Study of Journalism.
- Palomino, K. (15 de 11 de 2023). *es.snhu.edu*. Obtenido de es.snhu.edu: <https://es.snhu.edu/noticias/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>
- Picard, R. G. (2018). *The economics and financing of media companies*.
- Rosenstiel, T. &. (2015). *Los Elementos del Periodismo: Lo que los Periodistas Deben Saber y el Público Debería Esperar*. Three Rivers Press.
- Rubio Ferreres, J. (12 de 1 de 2017). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la 'agenda setting'*. Recuperado el 23 de January de 2024, de Universidad de Granada: https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html
- Salaverria. (2009). *Los medios de comunicación ante la convergencia digital* The.
- Sandra Lado. (02 de 8 de 2021). *www.ui1.es*. Obtenido de www.ui1.es: <https://www.ui1.es/blog-ui1/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo>
- Sarmiento, M. L. (2020). *Nuevas Formas de hacer periodismo en los espacios virtuales*.
- Sevilla. (19 de 10 de 2023). *en.camaradesevilla.com*. Obtenido de en.camaradesevilla.com: <https://en.camaradesevilla.com/cobertura-de-eventos/#:~:text=Y%20es%20que%20una%20cobertura,se%20desarrolle%20en%20el%20acto>.
- Villacres, C. (2022). *www.disinformationresearch.uma.es*. Obtenido de www.disinformationresearch.uma.es: <https://www.disinformationresearch.uma.es/2024/01/23/desinformacion-y-polarizacion-riesgos-criticos-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial/>
- Villafuerte, J. (23 de 11 de 2023). *concepto.de*. Obtenido de concepto.de: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/#:~:text=Medios%20radiof%C3%B3nicos.,m%C3%A1s%20sencillo%20que%20la%20televisi%C3%B3n>.
- Viscarra, J. D. (12 de 2021). *1 INTRODUCCIÓN La comunicación es la forma de interacción entre dos o más personas, ya sea mediante la palabra hablada o esc*. Recuperado el 21 de January de 2024, de UEx: <https://www.unex.es/organizacion/servicios-universitarios/servicios/safyde/archivos/ficheros/oposiciones/Tema%2018.pdf>
- Wu, T. (2010). *The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires*.

ANEXOS

PRESUPUESTO

Presupuesto sobre Equipos y Bienes Duraderos:

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Laptop	1	\$800.00	\$800.00
Cámara	1	\$500.00	\$500.00
Memoria USB	1	\$10.00	\$10.00
Trípode	1	\$50.00	\$50.00
Total			\$1450.00

Elaborado por: Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

Presupuesto sobre materiales e insumos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Papel	2.00\$
Impresiones	10.00\$
Libros	50.00\$
Internet	10.00\$
Instrumentos empleados	15.00\$
Impresión de Tesis	30.00\$
Empastados (de ser necesario)	20.00\$

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

Presupuesto sobre Asesorías especializadas y servicios

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Tipeo	1	\$32.00	\$32.00

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

Presupuesto General de Inversión

x	Costo
Equipos y Bienes Duraderos	\$1360.00.
Materiales e Insumos	\$137.00.
Asesorías Especializadas y Servicios	\$32.00
Total General	\$1529.00.

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

CRONOGRAMA

N°	ACTIVIDADES	Enero				Febrero				Marzo				Abril			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identificar el problema e indagar base de datos bibliográfica.	■															
2	Elaboración de problemática, justificación y objetivos.	■															
3	Estructuración del marco teórico.		■														
4	Identificación de la metodología a trabajar			■													
5	Diseño de población y muestra.			■													
6	Diseño de instrumentos.				■												
7	Prueba de instrumentos.					■											
8	Levantamiento de información.						■	■	■								
9	Procesamientos de los datos.									■	■	■					
10	Análisis de resultados y discusión.												■	■			
11	Redacción del documento final.														■	■	
12	Impresión y procesamiento.																■

Elaborado por : Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gómez Rodríguez Nohelia Thaily

ENCUESTA

Cuestionario de preguntas realizadas a los auspiciantes de Radio Life, El Vocero y Radio Libre 93.9 FMI

1.- ¿Con qué frecuencia consumes transmisiones en vivo de medios de comunicación digital?

<i>a) Diariamente</i>	
<i>b) Varias veces por semana</i>	
<i>c) Una vez por semana</i>	
<i>d) Ocasionalmente</i>	

2.- ¿Qué dispositivos utilizas principalmente para ver transmisiones en vivo de medios de comunicación digital?

<i>a) Noticias actuales</i>	
<i>b) Deportes</i>	
<i>c) Entretenimiento</i>	
<i>d) Entrevistas y debates</i>	

3.- ¿Qué aspectos te atraen más de las transmisiones en vivo de medios de comunicación digital?

<i>a) Teléfono inteligente</i>	
<i>b) Computadora portátil</i>	
<i>c) Tableta</i>	
<i>d) Televisor inteligente</i>	

4.- *¿Considera oportuna la información por streaming en vivo del suceso?*

<i>a) Interactividad (posibilidad de comentar, participar en encuestas, etc.</i>	
<i>b) Actualización instantánea de noticias</i>	
<i>c) Acceso a eventos en tiempo real</i>	

5.- *¿Por lo regular, al enterarse de una noticia en un medio digital, valida la información con otras fuentes?*

<i>a) Accesibilidad.</i>	
<i>b) Multimedialidad.</i>	
<i>c) Cobertura extensiva.</i>	
<i>d) Flexibilidad horaria.</i>	

e) Actualizaciones instantáneas.	
f) Mayor profundidad de cobertura.	
g) Fácil accesibilidad...	
h) Una ventaja de consumir noticias	

6.- *¿Cuáles crees que son las principales ventajas de consumir noticias en vivo a través de medios de comunicación digital en comparación con otros formatos (como noticias pregrabadas o impresas)?*

a) <i>Posible falta de veracidad</i>	
b) <i>No siempre son verificadas</i>	
c) <i>Fallo en el internet</i>	
d) <i>Dependencia de la conexión a Internet.</i>	
e) <i>Sobrecarga de información.</i>	
f) <i>Mayor exposición a contenido sensacionalista.</i>	
g) <i>Dificultad para verificar la información.</i>	
h) <i>Riesgo de sesgo en la presentación de noticias.</i>	

7.- *¿Y cuáles consideras que son las principales desventajas?*

a) <i>Mejorar la calidad de la producción audiovisual.</i>	86
b) <i>Incrementar la interacción con la audiencia mediante encuestas en tiempo real o preguntas abiertas.</i>	62
c) <i>Aumentar la transparencia y veracidad de la información proporcionada.</i>	58
d) <i>Diversificar los temas cubiertos para atraer a una audiencia más amplia.</i>	48
e) <i>Proporcionar subtítulos o traducciones en tiempo real para llegar a una audiencia global.</i>	32
f) <i>Anuncios pagados en plataformas digitales.</i>	24
g) <i>Entrevistas previas para generar expectativa.</i>	21

8. ¿Has notado alguna estrategia específica utilizada por los medios de comunicación digital para atraer audiencia a sus transmisiones en vivo? (Por ejemplo, promociones en redes sociales, colaboraciones con influencers, etc.)

a) <i>Mejorar la calidad de la producción audiovisual.</i>	
b) <i>Incrementar la interacción con la audiencia mediante encuestas en tiempo real o preguntas abiertas.</i>	
c) <i>Aumentar la transparencia y veracidad de la información proporcionada.</i>	

<i>d) Diversificar los temas cubiertos para atraer a una audiencia más amplia.</i>	
<i>e) Proporcionar subtítulos o traducciones en tiempo real para llegar a una audiencia global.</i>	
<i>f) Solo ser constante</i>	
<i>g) mas carisma</i>	
<i>h) Usar cámara de celulares de últimos...</i>	
<i>i) Más atractiva</i>	
<i>j) Que estén justo en los echos</i>	
<i>k) No sé</i>	
<i>l) Redactar un título llamativo</i>	
<i>m) Entretenimientos, eventos, etc.</i>	
<i>n) Solo ser constante</i>	
<i>o) mas carisma</i>	
<i>p) Usar cámara de celulares de últimos...</i>	

9. *¿Qué mejoras sugieres para hacer las transmisiones en vivo de los medios de comunicación digital más atractivas o efectivas?*

SI	
NO	

A VECES	
---------	--

10. ¿Confías en la veracidad de la información proporcionada en las transmisiones en vivo de los medios de comunicación digital?

a) Mucho	
b) Algo	
c) Poco	
d) Nada	

ENTREVISTA PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. ¿Cuál es la importancia del formato de noticias en vivo en su medio de comunicación digital?

2. ¿Cómo se ha adaptado su medio al formato de noticias en vivo en el entorno digital?

3. ¿Qué tipo de contenido se presenta en el formato de noticias en vivo en su medio?

4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan al producir contenido de noticias en vivo en línea?

5. ¿Cómo se aseguran de mantener la precisión y la credibilidad en el formato de noticias en vivo?

6. ¿Qué herramientas o tecnologías utilizan para producir y transmitir noticias en vivo en línea?

7. ¿Cómo interactúa su audiencia con el contenido de noticias en vivo en su plataforma digital?

8. ¿Cuál es el papel de las redes sociales en la difusión y participación del contenido de noticias en vivo de su medio?

9. ¿Cuáles son las estrategias para mantener la atención de la audiencia durante las transmisiones en vivo?

10. ¿Cómo creen que evolucionará el formato de noticias en vivo en los medios de comunicación digitales en el futuro?

ENTREVISTA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

EL VOCERO- MARLON AYALA



Fuente Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gomez Rodriguez Nohelia Thaily

RADIO LIFE- FERNANDO RONQUILLO



Fuente Bajaña Villalva Lennry Nallely, Gomez Rodriguez Nohelia Thaily

EVIDENCIA -TUTORÍAS



Fuente Bajaña Villalva Leanny Nallely, Gomez Rodriguez Nohelia Thaily