



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

**TEMA:
IMPLEMENTACIÓN DE TV ONLINE COMUNITARIA,
DISEÑO DE LA PROGRAMACIÓN Y CAPACITACIÓN A LOS
NUEVOS JÓVENES COMUNICADORES DE LA PARROQUIA
ANCONCITO**

Autora:

Lic. Vargas Sailema, Dixiana Maria

Trabajo de Titulación para la obtención

De grado de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación

Tutor:

PhD. Roberto Briones

Guayaquil, 22 de mayo del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Licenciada Dixiana Vargas, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Periodismo y Gestión de Comunicación.

TUTOR

Mgs. Roberto Briones, PhD.

OPONENTE

Dra. Ana Teresa Badia Valdés
DIRECTORA DEL PROGRAMA

PhD. Irene Trelles

Guayaquil, 22 de mayo del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Dixiana Vargas

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Implementación de Tv Online Comunitaria, Diseño de la Programación y Capacitación a los nuevos jóvenes comunicadores de la Parroquia Anconcito**, previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 22 días del mes de mayo del año 2021.

EL AUTOR

Lic. Dixiana Vargas Sailema



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

AUTORIZACIÓN

Yo, Dixiana Vargas

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Implementación de Tv Online Comunitaria, Diseño de la Programación y Capacitación a los nuevos jóvenes comunicadores de la Parroquia Anconcito**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 días del mes de mayo del año 2021.

EL AUTOR

Lic. Dixiana Vargas Sailema



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN



INFORME URKUND

Curiginal

Document Information

Analyzed document	TESIS - DIXIANA VARGAS.docx (D102361918)
Submitted	4/21/2021 2:24:00 AM
Submitted by	
Submitter email	vargasdixiana92@gmail.com
Similarity	0%
Analysis address	robertobriones.ucsg@analysis.urkund.com

Sources included in the report

W	URL: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7759/1/TESIS%20Rodriguez%20Salazar.pdf Fetched: 1/8/2021 1:57:51 AM	 1
W	URL: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21389/1/BELISA%20NOEM%C3%8D%20PAREJA%20... Fetched: 12/16/2020 10:29:29 PM	 1

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por tener misericordia de mí y que me haya permitido terminar esta importante etapa de mi vida profesional, a pesar de las diferentes adversidades que se presentaron a lo largo de este proceso.

Dixiana Vargas Sailema

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a mis hijos, mis hermanas y a mi madre.

El esfuerzo y sacrificio que he realizado a lo largo de este proceso, ha sido siempre pensando en ellos. Con esto demuestro que no hay límites para alcanzar los sueños.

Dixiana Vargas Sailema

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
INFORME URKUND.....	v
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
AGRADECIMIENTOS	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
INTRODUCCIÓN	1
Objetivos de la investigación	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
CAPÍTULO I.....	7
FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	7
1.1 Introducción al capítulo	7
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos	7
1.2.1 Comunicación comunitaria	7
1.2.1.1 Educomunicación.....	8
1.2.1.2 Comunicación televisiva	9
1.2.1.3 Televisión Online.....	10
1.2.1.4 Producción Televisiva.....	13
Cuadro 1: Recuadro del desarrollo de la idea	13

Cuadro 2: Lenguaje narrativo.....	16
1.2.2 Comunicación digital	20
1.2.2.1 Comunicación en redes sociales	20
1.2.2.2 Principales redes sociales como medio de la transmisión para tv comunitaria.....	22
1.2.2.3 Manejo adecuado de recursos humanos y materiales para brindar un servicio televisivo de calidad	22
CAPÍTULO II	26
DISEÑO METODOLÓGICO	26
2.1 Pregunta problemática.....	26
2.2.1 Preguntas problemáticas.....	26
2.3 Categoría de análisis	27
Cuadro 1: Operacionalización de Variables.....	27
2.4 Diseño de la investigación	28
2.4.1 Tipo de investigación	28
2.4.2 Enfoque de la investigación	29
2.4.3 Diseño de muestreo	30
Cuadro 3: Cálculo de la muestra	31
2.4.4 Procedimientos y técnicas de investigación	32
2.4.4.1 Procedimientos.....	32
2.4.4.2 Técnicas.....	32
CAPÍTULO III	34
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	34
3.1 Análisis de los resultados de la entrevista dirigida al Administrador del medio de comunicación “La voz de los techos”	35
3.2 Análisis de la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Anconcito	37
Tabla 1: Género.....	37

Gráfico 1: Género.....	37
Tabla 2: Edad	38
Gráfico 2: Edad	38
Tabla 3: Dispositivos que se utilizan en Anconcito	39
Gráfico 3: Dispositivos que se utilizan en Anconcito	39
Tabla 4: Acceso a internet.....	40
Gráfico 4: Acceso a internet.....	40
Tabla 5: Redes sociales que se utilizan	41
Gráfico 5: Redes sociales que se utilizan.....	41
Tabla 6: Jornada con mayor tráfico de usuarios en redes sociales.....	42
Gráfico 6: Jornada con mayor tráfico de usuarios en redes sociales.....	42
Tabla 7: Tiempo promedio que usuarios utilizan redes sociales.....	43
Gráfico 7: Tiempo promedio que usuarios utilizan redes sociales	43
Tabla 8: Contenidos para la Tv Online	44
Gráfico 8: Contenidos para la Tv Online	44
Tabla 9: Tv Online en Anconcito.....	45
Gráfico 9: Tv Online en Anconcito.....	45
Tabla 10: Importancia de una Tv Online para la Comunicación Comunitaria	46
Gráfico 10: Importancia de una Tv Online para la Comunicación Comunitaria	46
Tabla 11: Acogida del proyecto de una Tv Online en la parroquia Anconcito	47
Gráfico 11: Acogida del proyecto de una Tv Online en la parroquia Anconcito	47
CAPÍTULO IV.....	48
LA PROPUESTA	48
INTRODUCCIÓN	48
JUSTIFICACIÓN	49
OBJETIVOS	49
OBJETIVO GENERAL	49
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	49

ALCANCE.....	50
METODOLOGÍA	50
RESULTADOS ESPERADOS.....	50
EJECUTORA.....	50
PLAZO DE EJECUCIÓN.....	50
CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	51
RECURSOS	51
RECURSO TECNOLÓGICO.....	51
RECURSOS MATERIALES.....	51
RECURSOS FINANCIEROS.....	52
RECURSO HUMANO	52
PRESUPUESTO	53
PLAN DE ACCIÒN.....	54
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	65
Anexo 1: Formato de entrevista	66
Anexo 2: Formato de encuesta.....	68
Anexo 3: Evidencia fotográfica	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género.....	37
Tabla 2: Edad	38
Tabla 3: Dispositivos que se utilizan en Anconcito	39
Tabla 4: Acceso a internet.....	40
Tabla 5: Redes sociales que se utilizan	41
Tabla 6: Jornada con mayor tráfico de usuarios en redes sociales.....	42
Tabla 7: Tiempo promedio que usuarios utilizan redes sociales.....	43
Tabla 8: Contenidos para la Tv Online	44
Tabla 9: Tv Online en Anconcito.....	45
Tabla 10: Importancia de una Tv Online para la Comunicación Comunitaria	46
Tabla 11: Acogida del proyecto de una Tv Online en la parroquia Anconcito.....	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	37
Gráfico 2: Edad	38
Gráfico 3: Dispositivos que se utilizan en Anconcito	39
Gráfico 4: Acceso a internet.....	40
Gráfico 5: Redes sociales que se utilizan.....	41
Gráfico 6: Jornada con mayor tráfico de usuarios en redes sociales.....	42
Gráfico 7: Tiempo promedio que usuarios utilizan redes sociales	43
Gráfico 8: Contenidos para la Tv Online	44
Gráfico 9: Tv Online en Anconcito.....	45
Gráfico 10: Importancia de una Tv Online para la Comunicación Comunitaria ...	46
Gráfico 11: Acogida del proyecto de una Tv Online en la parroquia Anconcito ..	47

RESUMEN

Los medios de comunicación se han mantenido en constantes cambios a través de los años y con la evolución han surgido nuevas formas de comunicarse, entre ellas se puede mencionar: la radio, televisión, prensa, el cine, la web, entre otras, siendo esta última la más dinámica, diversa y ajustable a la nueva generación. La investigación se desarrolla en la parroquia Anconcito en la cual surge la necesidad de fortalecer la comunicación interna debido a que ésta tiene limitaciones en cuanto a recursos en medios de comunicación y a su vez se puede evidenciar que no cuenta con un canal directo donde se puedan transmitir los principales acontecimientos cubriendo con la información a toda la comunidad, es por ello que se considera como objetivo principal del estudio la implementación de una Tv Online Comunitaria donde se pueda contar con la participación activa de los jóvenes comunicadores de la parroquia, reforzando conocimientos con capacitaciones en temas de relevancia como; diseño de programación, contenido, equipamiento, entre otros a fines. La investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, para lo que se emplearon instrumentos como la encuesta y la entrevista, a través de la cual se pudo obtener como resultado la favorable acogida y aceptación del proyecto “Anconcito Tv” por parte de las autoridades y ciudadanía en general, el cual consiste en crear un canal en la plataforma principal de Facebook que, según con lo que se pudo evidenciar es la red social más utilizada por los habitantes de la comunidad.

Palabras Clave: Medios de comunicación, Tv Online comunitaria, programación, comunicadores.

ABSTRACT

The media has been kept in constant changes over the years and with evolution new ways of communicating have emerged, among them it can be mentioned as main actors radio, television, the press, the cinema, the web, etc., the latter being the most dynamic, diverse and adjustable to the new generation. The research develops in the parish Anconcito in which the need arises to strengthen internal communication because it has limitations in terms of resources in the media and in turn it can be shown that it does not have a direct channel where the main events can be transmitted covering information to the whole community, that is why the implementation of a Community Online Tv where active participation can be counted young communicators in the parish, reinforcing knowledge with training in issues of relevance such as programming design, content, equipment, among others for the purposes. The research has a quantitative and qualitative approach, for which instruments such as survey and interview were used, through which the favorable reception and acceptance of the Anconcito Tv project by the authorities and general citizenship, which consists of creating a channel on Facebook's main platform which, as evidenced, was the most widely used social network by the community dwellers.

Keywords: Media, Community Online TV, programming, communicators.

INTRODUCCIÓN

Gestionar una televisión comunitaria en la actualidad es un reto que necesita de destrezas, prácticas, habilidades, herramientas y conocimientos. En esta investigación, se plantea construir un enfoque global y ordenado acorde a las dimensiones comprendidas en la gestión de la comunicación que permita a los jóvenes potenciar todas estas características y convertirlos en centinelas de progreso y desarrollo de la comunidad a la que pertenecen.

La televisión comunitaria se ha constituido como significativa en lo que respecta a la experiencia organizativa de las comunidades, de modo que, los habitantes que la conforman puedan manifestarse de manera libre y voluntaria, sobre alguna necesidad y promover alternativas de solución, que posibiliten disminuir el problema. Por tanto, esta investigación es importante, porque garantiza el ejercicio del derecho a comunicar a la comunidad y sin ánimo de lucro, todos los acontecimientos de la Parroquia Anconcito y de la Provincia de Santa Elena.

Otra de las razones que justifica la proyección de la televisión comunitaria se fundamenta en el trabajo de equipo, direccionamiento, toma de decisiones consensuadas que promueven emprendimiento, en lo político social, económico, organizacional, comunicacional, lo cual constituye el cimiento de una comunicación veraz y oportuna. Sin duda alguna, este medio trascenderá barreras ya que se adapta en función de los moradores, erigiendo argumentaciones, educación, estilos de vida, referente democrático, entre otros.

La implementación de tv online comunitaria y el diseño de la programación a los nuevos jóvenes comunicadores de la parroquia Anconcito es pertinente porque es una nueva alternativa para estar comunicados, promover valores investigativos, educativos, e incrementar la competitividad en este sector.

Relacionado con lo expuesto en el párrafo anterior, esta investigación tiene relevancia social, ya que, el objeto de estudio se halla estrechamente vinculado con la Responsabilidad Social, y los diferentes estándares de satisfacción que motiva el fortalecimiento del Talento de los adolescentes, en el manejo de una programación e implementación de la TV online comunitaria donde ellos sean los principales protagonistas.

La asamblea Local de Participación Ciudadana de la Parroquia Anconcito dentro de sus funciones está la de promover la organización social y la formación de la ciudadanía en temas relacionados con la participación y el control social, por este importante motivo la asamblea fomenta la participación de los ciudadanos para que estos formen parte de un engranaje social positivo en cada una de las acciones que se ejecuten por el beneficio del barrio y por la comunidad de Anconcito. Asimismo, que en el artículo 63 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2019) publicada en el registro oficial del año 2010, contempla lo siguiente;

Art. 60.- Funciones de las asambleas locales. - Estos espacios de participación ciudadana tendrán, entre otras, las siguientes responsabilidades:

3. Promover la organización social y la formación de la ciudadanía en temas relacionados con la participación y el control social;

Del mismo modo en Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDyOT del 2016-2019, donde la Asamblea participó de forma protagónica en la actualización de dicho plan; en los objetivos sectoriales del sistema de movilidad y conectividad, expresa el de crear facilidades para el acceso a las tecnologías de la telecomunicación e información; de la misma forma en el sistema político institucional y de participación ciudadana, en su política publica el de crear mecanismos de comunicación para garantizar el derecho de los ciudadanos a estar adecuadamente informados; de igual forma en la articulación de estrategias político institucional y de participación ciudadana manifiesta el de desarrollar instrumentos de comunicación que posibiliten el acceso de los ciudadanos a la información parroquial que tiene como actores involucrados el SECAP, CPCCS, GAD Parroquial y la Asamblea Local de Participación ciudadana de Anconcito.

Por lo tanto en el presupuesto participativo del Gad Parroquial Rural de Anconcito del año 2018, en donde quedo contemplado el rubro de 1.500 dólares, pero con una condición de que si se presentara un proyecto sostenible y sustentable el presupuesto aumentaría, todo esto está contemplado en el Poa 2019, por lo que es meritorio llevar a cabo proceso de formación en comunicación digital que promoverá la participación ciudadana, así como también permitirá fomentar espacios de relevancia para estar adecuadamente informado de los acontecimientos diarios.

Anconcito, parroquia rural del cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, el último censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (INEC), (2019) su población es de 11.822 habitantes, aproximadamente el 51,7% son hombres y el 48,3% mujeres. Dada su condición de puerto pesquero, suele contar con población flotante en la temporada de pesca, la cual puede incrementarse a 1.000 personas más. Además, se puede considerar que la población de Anconcito es joven, según detalla este mismo censo de población.

En cuanto a las actividades económicas la principal fuente de trabajo de la parroquia está relacionadas con: la pesca, la acuicultura y la artesanía; aunque en menor cantidad, su población también realiza actividades de: guardianía, albañiles, jornaleros, jardineros, obreros, entre otros.

En la actualidad existen 20 comités Barriales, varios Clubes, varias instituciones educativas, asimismo Cooperativas y Asociaciones pesqueras que se encargan de realizar actividades socioeconómicas que desarrollan actividades que fomentan la participación de la ciudadanía en la parroquia Anconcito, además de tener facultades en la toma de decisiones en proceso que aportan al desarrollo de la parroquia.

Asimismo los medios de comunicación de la parroquia Anconcito han venido fortaleciéndose año a año, empezando con una radio local hasta lograr un medio escrito, conocido como la Voz de los Techos; igualmente se puede denotar la existencia de los medios tecnológicos que influye en la mejora de los ciudadanos, para eso está el Infocentro de Anconcito que ha venido fomentado el desarrollo de la tecnología e innovación haciendo buenos usos en niñas, niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores con programas actuales como también el uso efectivo de las redes sociales como medio alternativo en la comunicación.

Actualmente, la internet es una necesidad diaria desde cualquier contexto, por lo tanto, su uso no representa un estereotipo técnico, basta con dar un clic ya se puede navegar a cualquier plataforma. Los medios de comunicación convencionales han variado, puesto que, con el avance tecnológico estos pueden ser transmitidas a territorios pocos frecuentes y, en consecuencia, los auspiciadores o anunciantes visualizan con gran interés, lo que tv online puede ofrecer. Es un hecho que la televisión, no podrá ser la misma, por consiguiente, la lógica empresarial se ha

reestructurado y debe aprovechar las páginas web o plataformas para promocionar sus artículos.

Según el informe emitido por Bejarano, (2019) afirma que “el uso de internet y telefonía celular se acrecientan en un 50,4%, por ende, el número de usuarios de internet a nivel mundial aumenta en un 9,1% y adquiere los 4 388 millones, es decir, el 57%” (p.23). Para aprovechar este fenómeno es necesario fusionar el uso de los teléfonos celulares con internet, y ofertar programas televisivos, puesto que, los hábitos no se modifican y pese a los avances tecnológicos, la televisión continúa siendo la predilecta por los usuarios.

En un estudio realizado por la Hootsiut, (2019) se evidencia que

El perfil de audiencia de redes sociales predomina en los adolescentes, específicamente, el 14% en las mujeres y el 20% en hombres. Esto indica, que se debe aprovechar este talento humano para que sean capaces de producir contenidos de calidad, de interés público y pluralidad, y sin fines de lucro. La gestión participativa de los jóvenes es necesaria para fortalecer lo local ante lo nacional, constituye el espacio de encuentro y debate, como punto de partida para salvaguardar la cultura y el progreso de la comunidad. (Hootsiut, 2019, p. 27)

Durante el 2013, en el Ecuador se promulgaron leyes que respaldan la creación de medios de comunicación con el propósito de formar a la ciudadanía sobre la cultura ancestral y la pluriculturalidad. La tv online se la define como el servicio más cercano que tiene la comunidad para mantenerse informado, por consiguiente, constituye el puente para su transformación y el principal rol protagónico en la toma de decisiones, es decir, que es un mecanismo de descentralización debido a que está relacionado directamente con la economía, la política y la cultura.

Para analizar este paradigma, es necesario valorar la aportación de los jóvenes, puesto que, son considerados como los targets (objetivos) más atractivos para los programadores debido a que se aficionan rápidamente a las tecnologías y porque son los principales proveedores para difundir información desde cualquier plataforma virtual. Es natural para ellos abrir muchas páginas web, modificar el foco de atención y elegir lo que desean observar y cuando lo quieran, paralelamente,

van creando sus propios canales en YouTube o redes sociales, donde cargan videos y núcleos de opinión sobre temas que ocurren, tanto en la comunidad como en el país, por otro lado, expresan sus inquietudes o la realidad a la que están sometidos.

En la parroquia Anconcito, los modelos familiares han variado con el transcurrir de los años; los jóvenes, cuyas identidades se relacionan con lo tecnológico, buscan modelos para hacerlo, tales como: juegos en redes sociales, música en YouTube, tribus virtuales, entre otras, destrezas que podrían aprovecharse para crear una canal de televisión comunitaria y a su vez, compartir, una serie de soluciones ante problemas que estén pasando ellos u otros jóvenes. De allí, la importancia de conocer cuáles son sus costumbres para ver noticias (por ejemplo, si leen en medios tradicionales) y qué conocimientos tienen en proporción a la investigación informativa.

Por lo tanto, este trabajo de titulación contempla la implementación de tv online que permita a los usuarios programar otras alternativas según las perspectivas del televidente, tales como: promover el turismo, vivencias, testimonios, experiencias, hechos o sucesos de gran trascendencia de una comunidad. Este producto, al ser dirigido por jóvenes de la parroquia Anconcito, necesita de espacios de formación para que puedan comunicar de forma responsable, de manera que lo que investiga no le cause prejuicios ni ellos ni a nadie, asimismo, pretende motivar al desarrollo de la imaginación, capacidad creativa, argumentación, opinión y relación con otros jóvenes, cuyos ideales sea el desarrollo y progreso de la comunidad.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Implementar una Tv online comunitaria con la participación de jóvenes de la parroquia Anconcito a través de la red social Facebook.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente los temas inherentes a la tv online comunitaria y aquellos que giran en torno al objeto de estudio, considerando los elementos sociales y científicos.

- Caracterizar la situación de los procesos comunicacionales mediáticos en la actualidad.
- Establecer los componentes y características de la Tv online comunitaria.
- Desarrollar la Tv on line Comunitaria con la participación de los niños, jóvenes y personas involucradas de la Parroquia Anconcito.

Los resultados de la investigación evidencian que la implementación de Tv Online Comunitaria para la parroquia Anconcito es un proyecto positivo a corto, mediano y largo plazo, dado que, esta herramienta servirá para diferentes temáticas tales como: promocionar los atractivos turísticos, impulsar el emprendimiento, crear espacios de esparcimiento y distracciones para el público joven y adulto.

En tal virtud, es importante socializar el proyecto con las autoridades competentes con la finalidad de plasmar las ideas presentadas a través del desarrollo de la presente investigación.

La investigación se compone de tres capítulos. En el Capítulo I denominado Fundamentación Conceptual, se realizó el desarrollo de las teorías y conceptos de acuerdo con las definiciones de diferentes autores sobre temas asociados con las ciencias de la comunicación y el tema presentado, argumentando la importancia de cada uno de ellos. En el Capítulo II denominado Diseño Metodológico, se describen los tipos y métodos de investigación utilizados, además de definir la población y muestra de estudio para aplicar las técnicas necesarias para la recolección de información. Finalmente, se presenta el Capítulo III o Análisis de los Resultados, en donde se analizan los datos cualitativos de la investigación a través de la interpretación de los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recolección aplicados.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

1.1 Introducción al capítulo

En la fundamentación conceptual se realiza la definición, conceptualización y análisis de las variables, dimensiones e indicadores del trabajo de investigación, de tal manera que se pueda fortalecer el aspecto teórico y en base a ello tomar las decisiones pertinentes con relación a las estrategias para la implementación de una TV Online en la parroquia Anconcito.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1 Comunicación comunitaria

Este tipo de Comunicación engloba todo lo relacionado a la comunidad desde diversas perspectivas con el único fin de transmitir, informar y compartir las problemáticas y necesidades que se presentan en una sociedad que requiere información veraz y eficiente, Las principales características de los medios de comunicación comunitaria son:

- El fin es informarse, no lucrarse, es decir, el personal trabaja con la única intención de hacer comunicación independientemente de los intereses económicos.
- Sus intenciones están muy lejos de ser políticas ni religiosas cuya intención sea ganar beneficios hacia su propia causa.
- Cuenta con participaciones ciudadanas democráticas que influyen en la toma de decisiones para el beneficio de la comunidad, sin tomar en cuenta los niveles de jerarquías.
- Tiene como finalidad dar a conocer las falencias que existen dentro de la comunidad para que se realice el cumplimiento de sus derechos.

Los medios de comunicación de esta índole cumplen un papel fundamental en el progreso social y cultural de las comunidades que viven en áreas rurales y marginadas, puesto que proporcionan espacios de participación en donde las

personas del área manifiestan sus ideas y opiniones sobre un tema en cuestión. Es así como los medios de comunicación y la sociedad posee un vínculo en relación a los intereses compartidos que contribuyan al progreso y construcción de la comunidad. (Trujillo, Gómez & Quiceno, 2016, P. 43)

Desde la perspectiva de García & Ávila, (2016) menciona que “a diferencia de los medios masivos, los medios comunitarios son respuestas puntuales a necesidades sociales donde se refleja la realidad de lo que vive un entorno sea este rural o urbano” (p. 278).

En la actualidad, este método de comunicación se ve afectado por los intereses personales de muchos comunicadores que buscan su propio bienestar sin pensar en el servicio a la comunidad, por lo que es necesario implementar una tv comunitaria que incentive a los jóvenes a ser partícipes en el mejoramiento de la calidad de vida y en el alcance del desarrollo de la comunidad.

1.2.1.1 Educomunicación

Acerca del tema, el autor Santos, (2018) expresa que:

Hace referencia a dos áreas fundamentales del conocimiento tal y como son la Educación y la Comunicación, ambas tienen una estrecha relación ya que para educar hay que comunicar; es decir, los jóvenes para adquirir nuevos conocimientos deben estar informados sobre los diferentes acontecimientos que ocurren a su alrededor. Lo mismo ocurre en el ámbito de la comunicación los animadores de televisión deben buscar información verídica para informar y generar soluciones que contribuyan al mejoramiento de la comunidad. (Santos, 2018, p.45)

Mientras que, Gómez, (2016) manifiesta que:

La educomunicación tiene como finalidad transformar las brechas comunicativas en base a los principios de la educación, asimismo, tiene la misión de cambiar el pensamiento de la sociedad, y adaptarse a los cambios sociales y culturales. La comunicación educativa se ha convertido en una estrategia de democratización que permite a muchos comunicadores la difusión de

información de manera libre y sensata favoreciendo la participación activa, la igualdad de oportunidades y los procesos de inclusión. (Gómez, 2016, p,21)

En este sentido, la comunicación se convierte en parte fundamental para fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje de manera flexible, interactiva y dinámica, por otro lado, garantiza una educación equitativa y de calidad. Es de suma importancia la exhortación a los jóvenes a trabajar en los diferentes medios de comunicación con el objetivo de promover la competencia digital y mediática, así como el desarrollo de su capacidad crítica y reflexiva ante problemas que se suscitan en la vida diaria.

1.2.1.2 Comunicación televisiva

Las nuevas tecnologías permiten a la ciudadanía estar informados en tiempo real de hechos o sucesos a nivel nacional o internacional, la televisión es una de las herramientas más utilizadas en la actualidad ya que, a diferencia de la radio, esta no solo permite escuchar las falencias de la comunidad, sino que también es posible visualizar imágenes de los sucesos ocurridos alrededor del todo el mundo.

Bajo el concepto de televisión:

La televisión es considerada como un instrumento socializador de información, moderador de conciencia y generador de pensamientos críticos los cuales pueden tener impactos positivos o negativos en la sociedad. Existen programas de televisión que muestran la recreación de estereotipos y tópicos que influyen directamente en la conducta y comportamiento de muchos jóvenes, por ello es necesario implementar estrategias que ayuden mejorar el consumo televisivo y así optimizar la creación de la percepción crítica de los telespectadores.

(Romero, De Casas & Torres, 2015, p.61),

Por su parte, Del Castillo & Sánchez, (2017) afirman que:

De igual manera, el lenguaje de los medios publicitarios y las estrategias de marketing juegan un papel muy importante como mediadores entre las necesidades básicas de la población y la realidad de intereses personales de muchas empresas; en este sentido, el arte de comunicar se convierte en una

herramienta poderosa cuando el mensaje llega a la conciencia del espectador e incide en la toma de decisiones al momento de adquirir un nuevo producto. (Del Castillo & Sánchez, 2017, p.32)

La comunicación televisiva se basa principalmente en la transmisión de información a través de imágenes visuales que permite la adquisición de nuevos conocimientos de manera más entretenida; sin embargo, la televisión es criticada muchas veces debido a su fuerte influencia en aspectos sociales y culturales; cabe recalcar que la televisión fue uno de los primeros medios que permitió a los televidentes apreciar programas y noticias provenientes de otras partes del mundo.

1.2.1.3 Televisión Online

La televisión constituye uno de los recursos de entretenimiento más importantes de los últimos tiempos, en los diferentes programas televisivos se emiten documentales sobre la ciencia, noticias y reportajes, política, historia y geografía, deportes, programas de diversión, entre otros, los cuales eran transmitidos mediante satélite, cable y sistemas terrestres. Tras la aparición de nuevas tecnologías y el incremento de la velocidad para establecer una conexión a internet aparece la primera forma de transmitir las series de televisión en vivo gracias a una red de telecomunicaciones electrónicas (streaming). (Pérez, 2018, p.26)

La televisión online o televisión digital es aquella que utiliza los diferentes recursos tecnológicos de internet para producir y transmitir material de información audiovisual (imágenes y sonidos) vía internet, esta nueva forma de comunicación tiene como finalidad proporcionar al usuario contenidos de interés social en tiempo real. Si bien es cierto, internet ofrece una serie de recursos que facilitan el acceso a información verídica desde cualquier parte del mundo y al momento que desee, a tal punto que cualquier persona puede crear y difundir nuevo contenido con otros usuarios proporcionando archivos de audio y video. (González, 2018).

Ventajas de la Televisión Online

- Los usuarios pueden acceder a la información proporcionada por los diferentes canales de televisión, a partir de su producción o cuando el tiempo lo amerite y reproducirlo las veces que sea necesario.
- La televisión online proporciona contenidos con diferentes temáticas, entre ellas: noticias, documentales, series, entretenimientos, música, deportes, películas, entre otros (Arjona, 2019)
- Se puede realizar transmisiones en vivo desde cualquier dispositivo móvil, basta con tener acceso a internet para compartir nueva información a diferentes partes del mundo.
- Toda información ingresada a cualquier página web se encuentra almacenada en la base de datos de la red, lo que permite al usuario reproducir el contenido las veces que desee, realizando pausas e incluso retrocediendo.
- Restricción de publicidades al momento de visualizar programas de entretenimiento en línea, ya que, a diferencia de la televisión tradicional que provee de 1 a 2 minutos de propagandas comerciales, contribuye a mirarlos a gusto sin perder el interés.
- Generalmente, muchos usuarios deben pagar a una empresa una cierta cantidad de dinero para que les facilite un conjunto de canales de televisión, lo que constituye una ventaja para los medios digitales ya que cuentan con una infinidad de canales y portales web que proporcionan información sin generar grandes costos. (Garcia, 2018)

Desventajas de la televisión Online

- Si el usuario no cuenta con un ordenador o dispositivo móvil en buen estado e incluso de un pésimo servicio de internet, no podrá acceder a los programas de televisión online ya que impide apreciar de manera correcta el contenido.
- Si el programa de televisión no es entretenido y presenta pequeñas fallas técnicas ya sea en calidad como en contenido, por ende la sintonía bajará notablemente. (Atiencia, 2018)
- Existen contenidos que no se pueden descargar debido a la presencia de licencias y permisos lo cual impide acceder a cualquier tipo de información.

- Actúa como principal causante del desinterés en la lectura de algún libro, diarios y periódicos; pasar la mayor parte del tiempo frente a cualquier dispositivo tecnológico perjudica radicalmente la interacción y convivencia entre los integrantes de la familia.
- En muchas ocasiones, la información que se transmite no satisface lo que el usuario realmente desea visualizar.

Los jóvenes al servicio de la comunidad en los programas de televisión

Los medios de comunicación como la televisión permiten mantener informada a la comunidad sobre los diferentes sucesos políticos, económicos, sociales y culturales que ocurren alrededor de todo el mundo. Los programas de televisión toman mucha más relevancia al momento de difundir información sobre las anomalías que se presentan en la comunidad, no obstante, existen temáticas que no son consideradas y que pueden afectar el bienestar de la misma. (García, Tur & Pastor, 2018, p.31)

Para Scolari, (2018):

Los medios de comunicación como la radio, la televisión, el periódico y el internet han sido los distribuidores de información más comunes y utilizados por las nuevas generaciones lo que conlleva a muchos jóvenes a utilizar nuevas herramientas tecnológicas que les permitan producir información sobre cualquier tema en cuestión y desde cualquier lugar de su comunidad, eh aquí la importancia de incentivar a los jóvenes a ser distribuidores de información capaces de influir en los diferentes medios de comunicación con el único objetivo de contribuir al mejoramiento de su localidad. (Scolari, 2018, p.21)

Los jóvenes se desarrollan junto a los cambios que genera el mundo a toda hora lo que conlleva a mantenerse informado las 24 horas del día, la sociedad se encuentra sujeta a grandes cambios que apenas se logra identificarlos, los jóvenes crecen en la era de internet y el uso de medios digitales les permite captar los hechos que ocurren al instante y en tiempo real proporcionando material de comunicación que puede ser compartida en el medio televisión de la comunidad en cuestión.

Cómo organizar una programación televisiva

Los programas de televisión tienen como objetivo primordial entretener al televidente y promover una serie de programas con espacios que les permitan expresar sus ideas, opiniones e inquietudes sobre temas de interés social y de esta manera adquirir conocimientos sobre temas de diversa índole. Substancialmente, bajo el enfoque clásico de comunicación, emisor-mensaje-receptor, en la televisión se ejecutan funciones, como: educativa, comercial, publicitaria, expresiva y propagandística.

Las transmisiones televisivas son aquellos que se presentan en espacios informativos o de entretenimiento que incentivan al diálogo y el debate en los telespectadores ya que se exponen situaciones de interés público; en algunas ocasiones los canales profesionales no satisfacen las necesidades de la población dichos factores promueven la creación de nuevas plataformas que permitan su participación con el propósito de compartirlo con otras personas. (Hernández, Paz, y Freire, 2019, p.32)

Un programa de televisión debe expresar un carácter de entretenimiento y dirigido a todo público adulto que muestre interés en una programación enfocada a buscar soluciones que contribuye al mejoramiento de su comunidad en particular. Sus principales objetivos consisten en educar y distraer a los ciudadanos que forman parte de una población ya que cuentan con la posibilidad de implementar nuevos métodos de entretenimiento que permitan a la población conocer las falencias de su comunidad desde diferentes perspectivas a través de boletines informativos que se presentan en los medios de comunicación, en este caso la televisión, haciéndolos participes de la realidad social. (Núñez, 2018, p.34)

Para crear un espacio televisivo se deben tomar en cuenta diferentes factores que influyen tanto en el éxito como en el fracaso de la transmisión estos pueden ser: el horario, los presentadores, el contexto, los temas a tratar, entre otros.

Factores a considerar cuando se crea un programa televisivo

Título del programa

Se define acuerdo al objetivo del programa y la audiencia que se espera cubrir. El nombre que llevara la emisión televisiva debe estar relacionado con el contenido del programa, recomendable que sea llamativo y que se adapte a los parámetros del tema (Cubero, 2017).

Duración y frecuencia del programa

Para determinar el tiempo que será empleado en el nuevo espacio televisivo se debe tomar en cuenta las duraciones del resto de programas ya que se trata de un programa de interés público se debe considerar un horario oportuno que permita el análisis y la participación de los espectadores. (Menes, 2016)

Directo o diferido

Lo más óptimo es que este tipo de programas se presenten en directo para que los ciudadanos puedan expresar las complicaciones que presentan en su comunidad y que de la misma manera puedan manifestar sugerencias que ayuden al mejoramiento de la misma. (Yúbal, 2019)

T.V. Interactiva

Espacio social o plataforma virtual en donde los espectadores podrán exponer sus ideales, pensamientos y preocupaciones cotidianas, al mismo tiempo que asisten a la búsqueda de soluciones sobre las problemáticas sociales que se presentan continuamente. (Bosch & Ripani, 2018)

Género y formato

Debido a la revolución de los diferentes medios de comunicación, la televisión tiene la obligación de deleitar al público con espacios de entretenimientos, entrevistas a pobladores de la comunidad, opiniones acerca de un tema en cuestión, reportajes sobre los hechos o sucesos ocurridos en un lugar y tiempo determinado. (Crusellas, 2017)

Cámaras

ENG: permite captar imágenes o escenas en movimiento en caso de que no se encuentren el estudio de grabación, 6 cámaras de estudio: gracias a su gran resolución óptica permite grabar escenas desde diferentes ángulos sin perder de vista ninguno de los detalles importantes durante la retransmisión. (Agirreazaldegí, 2018)

Lenguaje narrativo

Cuadro 2: Lenguaje narrativo

Características narrativas	Descripción	Resultado
ESTILO	Realista	Espacio familiar, coloquial, y cercano para la audiencia sin dejar de lado la parte divulgativa.
CLIMA	Fluctúa entre distraído y serio.	
TONO	Desenfadado, familiar, con una combinación de racionalidad y emotividad.	

Fuente: Tarrangona, (2017)

Calidad de la imagen

La iluminación es un recurso muy importante al momento de retransmitir imágenes y videos en vivo durante el programa, por este motivo la producción debe contar con los siguientes tonos fundamentales:

- Luz principal: Iluminación central.
- Luz trasera: Enfoca figuras y objetos que se encuentran a largar distancia.
- Luz relleno: se ubican de lado contrario a la luz principal para evitar sombras y oscuridad.

Logotipo

Identificación del segmento o programa dentro de la competencia y dirigido a los televidentes. Todo programa de televisión cuenta con un lema o logotipo que los caracteriza y permite a la comunidad diferenciarlos de otras transmisiones televisivas. El logotipo debe ser creado de acuerdo al espacio de interés público. (Santa María, 2018)

Tipos de programas que se pueden proyectar en una televisión comunitaria

Un canal de televisión es un espacio que abre las puertas a la comunidad en general, tiene como objetivo implementar nuevos programas de entretenimiento o espacios noticiosos que capten la atención de los telespectadores. Un programa es una transmisión de sucesos cuyo objetivo es presentar contenidos culturales, informativos y de entretenimiento, con un horario limitado y presentadores que hacen de este medio uno de los más relevantes de esta época.

Generalmente, el medio televisivo ofrece espacios que no satisfacen los intereses de los ciudadanos, es decir, son muy pocos los canales que presentan una variedad en temáticas de interés social, mientras que el resto usa este espacio como una herramienta de influencia política y se centran en una sola dimensión de información. El éxito de un canal de televisión siempre está en implementar estrategias innovadoras que contribuyan a la creación de nuevas reformas de participación social con espacios noticiosos que busquen continuamente cambios en los escenarios de la comunicación. (Noboa, Loor & Del Pozo, 2018, p.43)

Los nuevos programas no solo deben basarse estrictamente en contenidos informativos, para poseer de una estructura completa es de suma importancia presentar programas especiales de carácter social, cultural, político y económico con espacios de entretenimiento como documentales, tecnología, entrevistas, ciencias, deportes, musical, entre otros.

Clasificación de los programas televisivos

Existen diferentes tipos de programas televisivos, sin embargo, a continuación, se presentan varios de ellos, de acuerdo a los autores:

Noticias informativas

Es un espacio periodístico que consiste en la recopilación noticias de interés público con objetivo principal, informar a la comunidad sobre los hechos o sucesos que ocurren diariamente a nivel nacional e internacional. Tiene una duración de 1 hora

por programación, además, incluye reportajes y entrevistas para una comprensión precisa del contenido. (Blázquez, 2018)

Diario hablado

También conocido como telediario, son secciones pequeñas que agrupan contenidos de diferentes índoles como noticias locales, reportajes, entrevistas, deportes, debates y diálogos. Tienen una duración de 60 a 90 minutos en emisiones a primera hora de la tarde y a primera hora de la noche. (Villanueva, 2015)

Transmisiones deportivas

Son aquellos programas en donde se transmiten reportajes sobre los diferentes eventos deportivos desde cualquier lugar que se encuentren, por ejemplo: un campo de fútbol, en donde los periodistas pueden emitir un comentario ya sea positivo o negativo acerca del rendimiento individual de cada jugador. En la mayoría de los casos este tipo de emisiones se basan en la narración de un partido de fútbol dando a conocer a la población los goles y las mejores jugadas.

Magazine

Se refiere a los programas especializados de entretenimiento con secciones y contenidos variados como entrevistas, reportajes y concursos. El presentador se convierte en el principal protagonista de este medio ya que tiene la responsabilidad y el arduo trabajo de influir en el público para que no pierdan el interés por seguir observando el programa.

Divulgativo

Son aquellos programas que presenta contenido especializado acerca de los nuevos avances tecnológicos, la ciencia y la medicina cuyos reportajes exponen temas noticiosos de interés para el oyente.

Culturales o de espectáculo

En esta sección la temática no varía, recoge una variedad de información sobre personajes de la farándula, actores, cantantes, personajes políticos, jugadores profesionales, entre otros. De igual forma, exponen noticias relacionadas a eventos

culturales que ocurren alrededor del país a través de entrevistas y reportajes. (Nieto Margarita, 2018).

Educativos

Es una estrategia innovadora que ha revolucionado los medios televisivos y que debe ser tomada en cuenta al momento de crear un nuevo programa de televisión ya que consiste en un espacio educativo que contribuye al aprendizaje significativo en los niños y jóvenes, a su formación y a la creación de una sociedad del Buen Vivir.

Series de ficción y no ficción

Son programas que presentan historias imaginarias que entretienen al espectador ya que existen personas que prefieren dedicar su tiempo libre a ver nuevas series televisivas que vayan más allá de lo cotidiano, por ejemplo: películas, novelas, comedias, entre otras.

Los programas de reality shows son parte de esta lista ya que se lleva a cabo en un ambiente de competencia supuestamente real debido a las manifestaciones que ocurren y que en algunas ocasiones no tienen sentido.

Programas de participación social

Es imprescindible la innovación de nuevos programas televisivos que tomen en cuenta la participación de la ciudadanía y, por ende, sean capaces de contribuir a la búsqueda de soluciones que los beneficie y les permita informarse de la mejor manera.

De igual manera existen paginas virtuales vinculados a los canales de televisión en donde los telespectadores pueden realizar preguntas sobre un tema en cuestión, en efecto, los mismos temas podrán ser tratados al aire mientras se lleva a cabo el programa de televisión.

Musicales

Son espacios que exponen temas musicales de diferentes estilos como música clásica, pop, jazz, rock, hip hop, electrónica, salsa, country, blues, entre otros. En

este espacio los jóvenes pueden interactuar con otros la emisión de melodías acordes a la edad de la población.

1.2.2 Comunicación digital

Citando a Herrera & Blanco, (2017) quienes expresan lo siguiente “con la aparición de medios digitales se pueden crear, visualizar, compartir y modificar información vía internet a través de los diferentes dispositivos electrónicos. P.32

La comunicación digital ha influido en el comportamiento y manera de actuar de los espectadores, de manera especial, en los jóvenes, quienes buscan de cualquier forma estar conectados e interactuar con otras personas que se encuentran al otro lado de la pantalla.

La nueva tecnología digital ha sido el principal causante de los cambios sociales en la era contemporánea, cambios que van desde la economía, la política, la educación, la cultura hasta la transformación de la vida humana. No obstante, los medios de comunicación que desean compartir información y no ser relegados; continuamente utilizan redes digitales, como un instrumento generador de conocimientos y creador de información.

Los jóvenes utilizan los dispositivos tecnológicos de forma intensiva desde diferentes espacios de la vida cotidiana, gracias a la facilidad de conexión a internet que facilitan el acceso a actividades de comunicación, socialización, entretenimiento, grabación de videos y búsqueda de información, muchos de ellos utilizan este medio virtual como algo más que un instrumento de información, por este motivo es necesario implementar estrategias que hagan tomar conciencia a los jóvenes de cómo utilizar las redes sociales o tecnológicas.

1.2.2.1 Comunicación en redes sociales

La red es la organización más tradicional constituida por personas o empresas que se hallan estrechamente relacionadas entre sí, por ejemplo, las familias, los amigos, las empresas. De allí la importancia de anexarse a las redes sociales, puesto que constituye una herramienta para la comunicación; con la variedad de formatos el

interlocutor puede obtener respuestas de manera inmediata, sin importar el tiempo o lugar.

Sobre la comunicación en redes sociales, Arab & Díaz, (2015) consideran que:

Hace algunos años, solo los comunicadores eran capaces de proporcionar noticias de mucha exclusividad, ahora los jóvenes con el objetivo de mostrar popularidad o tener más seguidores, tratan de difundir temas de actualidad en el menor tiempo posible, valiéndose de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google, etc., aunque su intención sea inusual, en ocasiones estas noticias no son proyectadas con periodismo responsable, lo que genera poca credibilidad en lo está publicando o promoviendo. (Arab & Díaz, 2015, p.39)

Gracias a internet es posible realizar trabajos e investigaciones a gran escala, convirtiéndose en el más importante generador de información y conocimientos; asimismo los jóvenes usan las redes sociales como un medio para compartir sus experiencias, opiniones y sentimientos.

Gráfico 1: Utilización de redes sociales



Fuente: Gutiérrez, (2015)

1.2.2.2 Principales redes sociales como medio de la transmisión para tv comunitaria

Los medios de comunicación actuales como las redes sociales permiten la interacción entre los usuarios y los diferentes programas televisivos que son retransmitidos en vivo en las diferentes páginas web, como:

YouTube

Es una plataforma que ha sido creada para la emisión de toda clase de videos, Por ejemplo, el programa de tv comunitaria, puede transmitir los diversos programas en directo o subirlo en este medio para que los usuarios puedan disfrutar de este contenido a cualquier hora. YouTube es una las páginas más utilizadas para subir y compartir información con usuarios y a cualquier parte del mundo

Facebook

Es una red social diseñada para estar en contacto permanente con otros usuarios, y a diferencia de otras épocas se interactúa en tiempo real, por tanto, se puede utilizar este medio para transmitir en directo los acontecimientos relevantes de la comunidad. Es necesario evocar que la publicación de eventos suscitados en cualquier territorio es proyectada de manera inmediata por una gran cantidad de usuarios, tanto a nivel local como nacional.

Twitter

Es un servicio de mensajería inmediata, accesible desde cualquier dispositivo celular o algún navegador. Se la puede utilizar como medio para compartir información sobre la programación que tiene como prioridad a la hora de informarme o recrearse. Durante la transmisión en directo, se evidencia mayor interacción con los usuarios, se comparte experiencias y vivencias de la comunidad, parroquia, país o continente.

1.2.2.3 Manejo adecuado de recursos humanos y materiales para brindar un servicio televisivo de calidad

Los recursos de una empresa son aquellos elementos indispensables que se necesitan para cumplir con los objetivos previstos. Se clasifican en humanos, financieros,

materiales y técnicos los cuales deben ser manejados con responsabilidad y astucia ya que de ellos depende el progreso de la compañía.

Para realizar un manejo adecuado de los recursos se debe planificar y ejecutar controles para evitar su uso erróneo y excesivo.

Recursos Humanos

La televisión es un medio de comunicación que implica una constante conexión entre el emisor y el receptor, motivo por el cual el canal debe tomar en cuenta el hecho de contratar a personal profesional con habilidades que atraigan la atención del público en general, es decir, que sientan curiosidad y necesidad de continuar observando el programa.

Para ello se deben tomar en cuenta aspectos como la edad, personalidad, valores éticos, estudios, profesión; por lo cual se asignarán cargos como el director, el asistente del director, el guionista, el músico, el gerente del productor y el presentador. (Hernández, Paz, & Jara, 2016, p.21)

Recursos materiales

Abarca todo lo relacionado al espacio de trabajo como el set en que se llevara a cabo la programación, el mobiliario, las cámaras, reflectores, micrófonos, entre otros objetos a utilizar.

En este sentido, para evitar riesgos y gastos económicos perjudiciales es recomendable gestionar planificaciones con precisión los bienes adquiridos y por adquirir, y de la misma manera ocurre con los ingresos y egresos que produce la empresa (canal de televisión). (Marino & Guimerá, 2016, p.56)

De acuerdo a lo que también describe Caim (2011) expresa que los recursos “son todos los activos, elementos, insumos, bienes tangibles e intangibles, que conjugados armónicamente contribuyen al funcionamiento adecuado de una empresa, los cuales son necesarios para que se pueda lograr los objetivos propuestos” (p. 23)

Cabe recalcar al momento de impulsar la creación de un nuevo programa de televisión, el canal debe contar con patrocinadores y publicidad lo que les ayudará a mantener sus estatus económicos, favoreciendo al correcto manejo de los recursos y conservarlos de mejor calidad.

Valoración del soporte televisivo

Las tv online comunitaria no operan en lo incierto, sino que se adaptan a los cambios sociales, políticos y económicos, por lo tanto, están es constante tensión y reestructuración de su programación, con el propósito de mantener un buen nivel de sintonía ante los otros medios en general. Según Ferrer, (2016) evoca que la calidad es siempre una definición relacional, entre el conjunto de estándares y las características expuestas por un grupo determinado o la sociedad en general.

Las definiciones que permiten un enfoque positivo en el mundo de la tv comunitaria se los puede clasificar de la siguiente manera:

Beneficio subjetivo

En los jóvenes favorece el desarrollo de la creatividad y la independencia en la toma de decisiones, la misma que se puede ejecutar de forma individual o colectiva. En este sentido, se fortalece la pertinencia, valores culturales y relaciones de cooperación. (Drake & Herrera, 2018)

Beneficio simbólico

Promueve la reproducción de contenidos y temáticas propios de la tv comunitaria, que se ajusta a la identidad de los habitantes que giran en torno a estancia, es decir, modificación permanente de la programación e información, como alternativa ante medios tradicionales. (Drosh, 2019)

Beneficio social

Permite innovar asiduamente la comunicación desde las necesidades de la población, encaminados en el desarrollo de la comunidad. Atenúa la valoración de la identidad cultural, consecuentemente, constituye el medio para exigir soluciones ante situaciones que requieren intervención inmediata. (Villamizar, 2018)

Ninguna tv comunitaria debe ser implementada sobre los habitantes de un territorio de manera obligada, al contrario, debe surgir ante la necesidad. Por tanto, después de cierto tiempo en funcionamiento, se percibe su aceptación.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación es un proceso objetivo, sistemático, reflexivo y ordenado que tiene como finalidad responder una pregunta y elaborar una solución (hipótesis) de algún problema, ya sea por interés propio o para aportar en algún tema específico. (Zermeño, 2015)

A través del diseño metodológico, se establecen los procedimientos adecuados para la recolección, tratamiento y análisis de los datos obtenidos a través del desarrollo de la investigación, y con los cuáles se establecen las conclusiones y recomendaciones necesarias.

Es importante que se realice la adecuada selección de las herramientas de investigación que se aplican, puesto que, cada una de ellas aporta de manera diferente al estudio, así mismo, se deben explicar los tipos métodos y enfoques utilizados.

2.1 Pregunta problemática

¿Cómo se implementa un canal online comunitario, en el que participen los jóvenes de la parroquia Anconcito y se transmita por Facebook?

2.2.1 Preguntas problemáticas

- ¿Cuáles son los temas inherentes a la tv online comunitaria que caracterizan al objeto de estudio, considerando los elementos sociales y científicos?
- ¿Cuáles son las características de los procesos comunicacionales mediáticos en la actualidad?
- ¿Cuáles son los componentes de la televisión online comunitaria?
- ¿Cuáles son las características de la televisión online comunitaria?

2.3 Categoría de análisis

Cuadro 1: Operacionalización de Variables

CATEGORÍAS DE ANALISIS	INDICADORES	INSTRUMENTO
Canal online comunitario	<p>Medios existentes</p> <p>Características de la programación</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Temáticas ❖ Franja Horario ❖ Frecuencia de publicación de temáticas. ❖ Géneros periodísticos ❖ Tiempo por segmento ❖ Horarios <p>Recursos humanos y materiales</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Observación Directa</p>
Participación de los jóvenes	<p>Capacitación a los jóvenes gestores del canal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participación ciudadana - Socialización del proyecto a los miembros activos de la comunidad <ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento - Diseño de la programación online <ul style="list-style-type: none"> - Temas abordar - Fiestas Patronales e institucionales - Refuerzos académicos - Eventos Deportivos, sociales y culturales. - Noticias de la comunidad 	<p>Entrevistas</p> <p>Reportajes periodísticos</p>

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

2.4 Diseño de la investigación

2.4.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación para Hinojosa, (2017) “es aquel que tiene que ver con el tipo de análisis que se va a llevar a cabo, en las diferentes etapas del trabajo de investigación. Es también los pasos a seguir, las técnicas y los métodos que se emplean en el trabajo de investigación” (pág. 91).

En tal virtud, el tipo o tipos de investigación representan un pilar fundamental en el desarrollo del estudio, debido a que marcan la ruta que el investigador debe seguir para alcanzar los resultados deseados y dar respuesta a los objetivos planteados al inicio del trabajo. Por lo tanto, a continuación, se describen los tipos de investigación empleados y su importancia.

Investigación exploratoria

Para la descripción de los tipos de investigación empleados se definieron dos, en lo que corresponde a la investigación exploratoria se puede mencionar que el criterio de los autores Hernández, Fernández y Bautista, (2014) lo definen de la siguiente manera.

Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio. (pág. 90).

Este tipo de investigación se realizan; como lo explican los autores, cuando el objeto de investigación no ha tenido un estudio profundo acerca del tema, en este caso el tema se refiere a un proyecto nuevo dirigido para la parroquia Anconcito, el cual consiste en innovar la forma de comunicación entre los habitantes de la misma al implementar un canal de tv online comunitario en el cual se espera la participación los jóvenes de la comunidad con diferentes temas de interés, razón por el cual se define esta perspectiva de análisis.

Investigación descriptiva

Por su parte, Hernández, Fernández y Bautista (2014) relacionan que “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (pág. 92).

La investigación descriptiva se define cuando el investigador requiere determinar elementos propios en la investigación por lo cual se necesita de una descripción específica de las características del objeto de estudio. Este tipo de investigación consiste en analizar los instrumentos aplicados de los cuales se puede determinar los temas a tratar durante la transmisión en la tv online, así como también se puede identificar los procesos que se pueden llevar a cabo para realizar un trabajo de calidad, de la misma manera lograr la identificación de los elementos que conforman un canal de tv online comunitaria.

2.4.2 Enfoque de la investigación

Enfoque cualitativo

Para Bernal Torres, (2013) el enfoque cualitativo “se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada” (pág. 60).

A través del enfoque cualitativo, como menciona el autor, se describen las características del contexto donde se realizó la investigación, que, en este caso, es la parroquia Anconcito, específicamente en la población joven, que es hacia donde está dirigido la Televisión Online Comunitaria.

Otro elemento a través del cual se evidencia la importancia del enfoque cualitativo, es a través de la aplicación del instrumento de recolección de información denominada observación, en donde se establecen parámetros específicos como la participación ciudadana, a través del alcance del proyecto en la parroquia.

Enfoque cuantitativo

Para Hernández Sampieri, (2014) el enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (pág. 4).

A través del enfoque cuantitativo se pudo procesar la información recolectada a través del instrumento de la encuesta, la misma que se aplicó a los habitantes de la población con la finalidad de conocer su criterio acerca del proyecto de una Tv Online Comunitaria para la parroquia Anconcito.

2.4.3 Diseño de muestreo

Población

Para Hinojosa, (2017) la población o universo “se refiere al conjunto (de personas, instituciones o cosas), para la cual serán válidas las conclusiones que se obtengan” (pág. 95)

Por lo tanto, la población de estudio seleccionada para el presente estudio, se ubica en la parroquia Anconcito, del cantón Salinas, considerando a los habitantes del sector, que de acuerdo a los datos de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito, (2015) la conforman un total de 11.822 habitantes con una tasa de crecimiento del 2,79% según establece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2019).

Muestra

Bernal Torres, (2013) expresa que la muestra “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (pág. 161).

Una vez que se ha definido la población del estudio, se procede a realizar el cálculo de la muestra, es cual se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 3: Cálculo de la muestra

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

N [tamaño del universo] **11.822** ← **Escriba aquí el tamaño del universo**

p [probabilidad de ocurrencia] **0,5** ← **Escriba aquí el valor de p**

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p*(1-p)* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 11822 con una p de 0,5

Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	67	82	104	136	184	263	406	703	1.472	4.286
95%	95	117	148	193	261	372	571	979	1.996	5.299
97%	117	144	181	235	318	453	693	1.178	2.356	5.899
99%	164	202	254	330	445	630	956	1.599	3.077	6.912

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Basados en que la población determinada se eligió bajo los parámetros del lugar de estudio, el tipo de muestreo para la aplicación de las entrevistas a expertos fue el muestreo no probabilístico, que se utiliza comúnmente cuando la investigación se direcciona a ser cualitativa, este procedimiento consiste en elegir un grupo determinado de elementos entre una población definida por el autor de la investigación, en este proceso se eligen elementos al azar sin ningún tipo de segmentación o grado de similitud entre sus características, sin embargo todos los elementos elegidos deben estar de acuerdo con el objetivo de lo que se quiere lograr con este estudio y deben ser accesibles al lugar donde se realiza la investigación en criterio intencional para el investigador.

Continuando con el proceso de muestreo no probabilístico, también se puede argumentar que es un muestreo discrecional, es decir, no intencional, esto se debe a que en este tipo de elección los sujetos o elementos elegidos para la recolección de la información se establecen bajo parámetros que cumplan los objetivos específicos de la investigación, a su vez estos son señalados por el investigador como los sujetos más convenientes de los cuales se obtengan datos necesarios que contribuirán con las conclusiones de la investigación. Para este tipo de investigación ya mencionada, uno de los sujetos a elección fue el administrador de la bocina que informa sobre los acontecimientos en la comunidad, el profesor Gregorio Suárez, además del dirigente de la asamblea comunitaria de la parroquia, el señor Carlos Quimi.

2.4.4 Procedimientos y técnicas de investigación

2.4.4.1 Procedimientos

(Méndez, 2017) refiere que las técnicas de investigación son procesos sistemáticos que favorecen la recogida de información de forma contigua, pautada para alcanzar un objetivo determinado. p.32. Esta investigación llevo un procedimiento el cual se cumplió empleando técnicas de investigación como la observación directa y la entrevista, las cuales consisten en recolectar información acerca del tema de investigación enfocadas o dirigidas a personas expertas en el tema o que tengan un cierto grado de acercamiento al tema a tratar, es importante señalar que se consideró el llamado a las autoridades correspondientes para solicitar la autorización para realizar la investigación y el levantamiento de información con las personas involucradas.

2.4.4.2 Técnicas

Según varias técnicas de investigación se pudo agregar que la **observación directa** se fundamenta en la “examinación exhaustiva del objeto de estudio, es decir, el hecho, situación, persona, acción, fenómeno, entre otros, cuyo propósito es determinar la información oportuna en la investigación”, (Hernández, Ramos, López, Quimís, & Moreno, 2018, pág. 5).

Previo a la selección del tema se solicitó la autorización de las autoridades de la parroquia Anconcito, donde se pudo constatar que en algunos lugares de la parroquia no se recepta adecuadamente la información transmitida por los parlantes de la “Voz de Los Techos”, en otros casos, pasa desapercibido todo hecho que se suscita, tanto local como provincial. La ficha de observación se elaboró bajo los criterios del autor para abarcar contenidos como alcance de la información, infraestructura del lugar, ubicación, contenido transmitido, entre otros.

La entrevista es una de las técnicas de recogida de datos que se ejecuta de manera directa, ya sea por una conversación o por escrito, entre el encuestado y el entrevistador. Tiene como objetivo, diagnostica y evaluar posibles causas y consecuencias de la problemática que se pretende investigar (Hernández, Ramos, López, Quimís, & Moreno, 2018, pág. 45).

Esta técnica se ejecutará a las principales autoridades de la parroquia Anconcito, específicamente, a los administradores de la radiodifusora Voz de Los Techos y autoridades del GAD Parroquial. La aplicación de esta técnica fundamenta la necesidad de llevar a efecto la propuesta planteada. La entrevista utilizada contiene preguntas acerca del manejo de los actuales medios de comunicación con el cual cuenta la parroquia, así mismo se busca obtener información acerca de la trayectoria que llevan estos medios, la forma de comunicación y los principales temas a tratar durante las transmisiones.

Finalmente, se elaboró una encuesta diseñando un cuestionario con preguntas de opinión, direccionada a los habitantes de la parroquia, los mismos que podrán opinar acerca del proyecto, y de la forma en que ellos perciben un medio digital en la parroquia Anconcito.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La Parroquia Anconcito pertenece al cantón Salinas, provincia de Santa Elena, se encuentra ubicada a 355 Km al suroeste de Quito, 140 Km al sureste de Guayaquil, y a 15 Km al balneario turístico de Salinas. Tiene una localización que ha sido el factor que más influye en su desarrollo, debido a que es un puerto pesquero cuyos recursos naturales provienen del mar, cuenta con 11.822 habitantes, de acuerdo a los datos obtenidos a través del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rural de la parroquia Anconcito.

La mayoría de los habitantes de este sector de la provincia se dedican a la pesca, la misma que es catalogada como la principal fuente de ingreso para las familias de la parroquia, sin embargo, hay personas que se dedican a otras actividades, como las artesanías, comercio, y trabajos dependientes en distintos puntos del sector y de la provincia de Santa Elena.

El trabajo de titulación se elaboró con la finalidad de conocer la importancia de la una Tv Online Comunitaria, de tal manera que, se pueda fortalecer la participación ciudadana a través de este medio, en donde se expondrán temas de interés social y de los principales acontecimientos de la provincia de Santa Elena.

Esto debido a que en esta parroquia no se evidencia la presencia de un medio de comunicación digital que permita conocer sobre las noticias que puedan generarse a lo largo del día, en los diferentes puntos de la ciudad. Además que contará con la participación de la ciudadanía en general, principalmente de jóvenes.

Para conocer la aceptación y el impacto de este medio de comunicación digital, se aplicaron dos instrumentos de recolección de información. En primer lugar se elaboró y aplicó una entrevista al director de “La voz de los techos” para conocer su criterio acerca del proyecto. Posteriormente, se aplicó una encuesta de opinión a los habitantes de la ciudadanía con la finalidad de indagar el nivel de aceptación del proyecto y el alcance que tendrá el mismo.

3.1 Análisis de los resultados de la entrevista dirigida al Administrador del medio de comunicación “La voz de los techos”

1.- Según su criterio, ¿Cómo se encuentra la comunicación interna en la parroquia Anconcito?

La comunicación en la parroquia Anconcito, ha tenido un gran desarrollo comunitario los últimos años, debido a las iniciativas de los ciudadanos, una de esas iniciativas es “La voz de los techos”, un proyecto comunicacional a través de una radio bocina que nació en los años 80, con el objetivo de informar las necesidades de pueblo.

2.- ¿Qué tipo de información se transmite a través de La Voz de los techos?

Se informa acerca de los hechos que se presentan en el contexto diario de la parroquia, por ejemplo, se habla sobre la seguridad, sobre las condiciones del mar para conocimiento de los pescadores, se comunican eventos sociales, notas fúnebres, entre otros temas de interés social.

3.- ¿Conoce otro medio a través del cual se informe a la ciudadanía?

Existen varios medios a través de los cuáles se informa a la ciudadanía, como los carteles, volantes, pancartas, entre otros, los mismos que contribuyen a la comunicación de los principales acontecimientos de la ciudad.

4.- ¿Qué implementos utiliza para las transmisiones de La Voz de los Techos?

Actualmente cuenta con un equipo técnico compuesto por un amplificador de varias entradas y puerto USB, dos micrófonos, altoparlantes, un reproductor de CD y una radio UHF. Sin embargo, este equipo ha sido cambiado tres veces a través de los años hasta llegar al actual.

5.- ¿Cree que las autoridades competentes apoyan al desarrollo de la comunicación comunitaria a través de proyectos?

Se han presentado varias propuestas de proyectos en beneficio del fortalecimiento de la comunicación, sin embargo, estos no se han ejecutado debido a la limitada acogida por parte de los habitantes de la parroquia, y porque los recursos no son suficientes para mantener activo un medio de comunicación.

6.- ¿Qué piensa acerca del proyecto de una Tv Online Comunitaria para la parroquia?

Es un importante paso para el desarrollo de los medios de comunicación en la parroquia, además, permitirá a los habitantes conocer acerca de los principales acontecimientos y se puede involucrar temas sobre prevención de drogas y temas relacionados a la seguridad.

7.- ¿Quiénes cree que deben formar parte de este proyecto?

La ciudadanía en general debería formar parte de este proyecto puesto que son los principales actores de los acontecimientos presentados en la parroquia, sin embargo, los jóvenes deben ganar espacio en este tipo de medios para que inviertan su tiempo en cosas productivas.

8.- Un criterio acerca de la importancia de la comunicación para la parroquia

La comunicación es importante para que los seres humanos puedan convivir en un determinado círculo ya sea social, cultural, deportivo, etc., sin embargo, en la parroquia aún debe reforzarse adaptándose a las actualizaciones de las nuevas generaciones.

3.2 Análisis de la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Anconcito

Datos generales

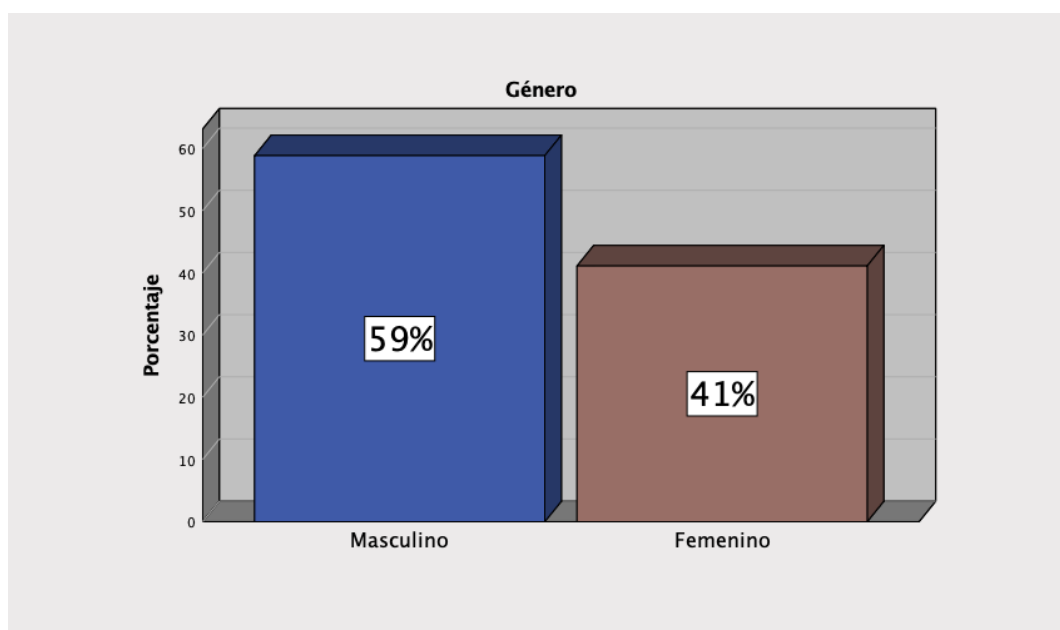
a.- Género

Tabla 1: Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	219	58,9	58,9
	Femenino	153	41,1	100,0
	Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 1: Género



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de consultados pertenecen al género masculino, mientras que un porcentaje menor, pertenecen al género femenino. En tal virtud, se menciona que, el proyecto de una Tv Online Comunitaria en la parroquia Anconcito estará dirigida a los habitantes de este sector de la provincia, por lo tanto, es necesario conocer el género de las personas con las que se trabajará, de tal manera que se puedan desarrollar el contenido del programa acorde a quienes van a formar parte del mismo.

b.- Edad

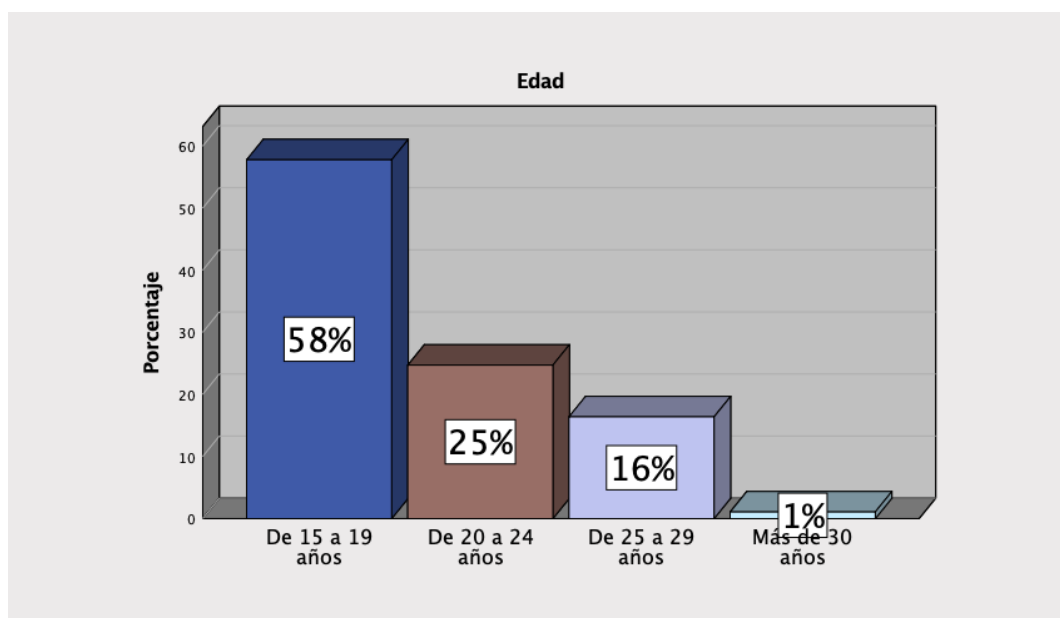
Tabla 2: Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
De 15 a 19 años	215	57,8	57,8
De 20 a 24 años	92	24,7	82,5
De 25 a 29 años	61	16,4	98,9
Más de 30 años	4	1,1	100,0
Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 2: Edad



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

El cuestionario elaborado también contiene una pregunta acerca de la edad, la misma que busca recolectar la información acerca de las personas que formarán parte del proyecto, que, en este caso, se evidencia que la mayoría se encuentran en un rango entre 15 y 19 años, mientras que una menor cantidad se encuentran entre 25 y 29 años, es decir, el programa debe estar dirigido por jóvenes quienes a su vez, trabajarán por los jóvenes de la parroquia Anconcito.

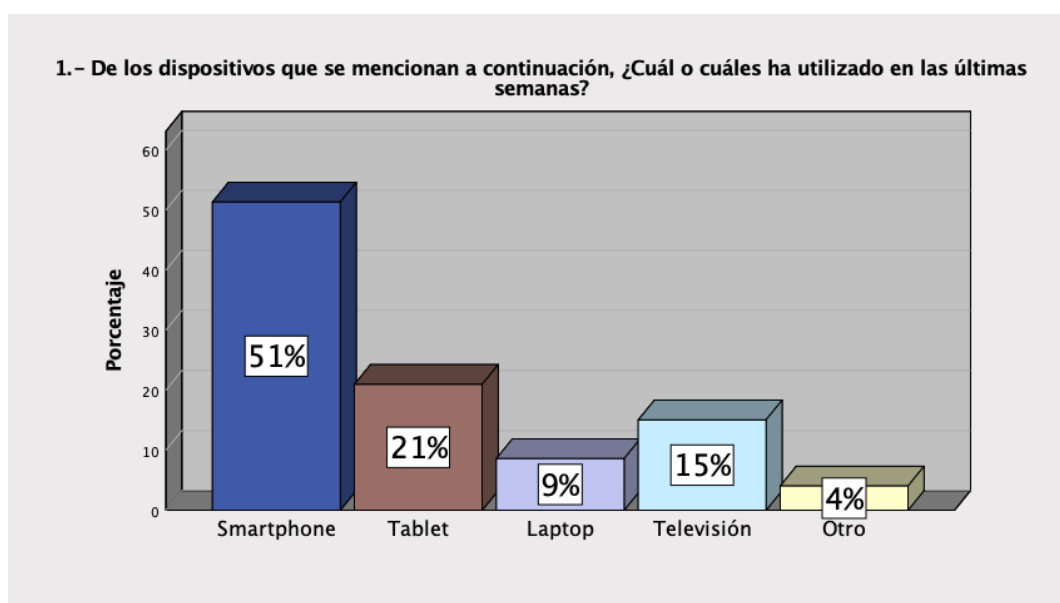
1.- De los dispositivos que se mencionan a continuación, ¿Cuál o cuáles ha utilizado en las últimas semanas?

Tabla 3: Dispositivos que se utilizan en Anconcito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Smartphone	191	51,3
	Tablet	78	21,0
	Laptop	32	8,6
	Televisión	56	15,1
	Otro	15	4,0
	Total	372	100,0

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 3: Dispositivos que se utilizan en Anconcito



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Es importante la información acerca de los dispositivos que las personas utilizan en la parroquia Anconcito, puesto que el público objetivo está en esa ciudad. Los resultados de la aplicación del instrumento de la encuesta refleja que la mayoría de habitantes jóvenes, utilizan smartphones, seguido de las personas que utilizan tablets, mientras que, una menor cantidad utilizan tablets y televisores. Lo que refleja un aspecto favorable para el proyecto puesto que este estará al aire en redes sociales.

2.- En el sector donde vive, ¿Tiene acceso a internet?

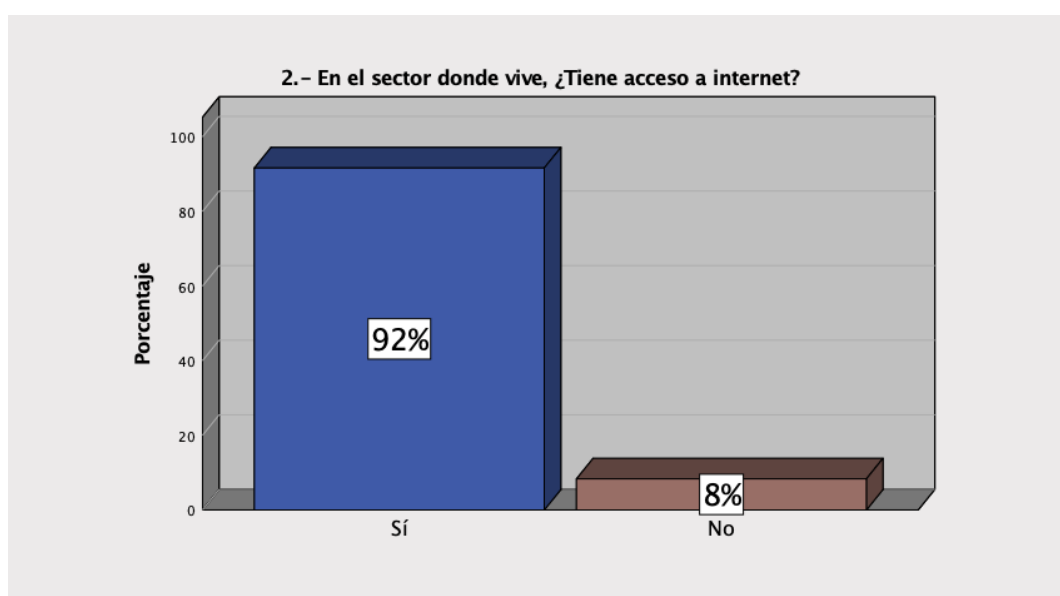
Tabla 4: Acceso a internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	341	91,7	91,7
	No	31	8,3	100,0
	Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 4: Acceso a internet



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Los resultados de la pregunta 2, reflejan que existe un porcentaje considerable de personas que tienen acceso a internet en la parroquia Anconcito, con este antecedente se concluye que el proyecto de una Tv Online Comunitaria para este sector, tendrá una importante aceptación, puesto que, en este se presentarán temas de interés de la ciudadanía y sobre todo para fortalecer la participación ciudadana en la parroquia.

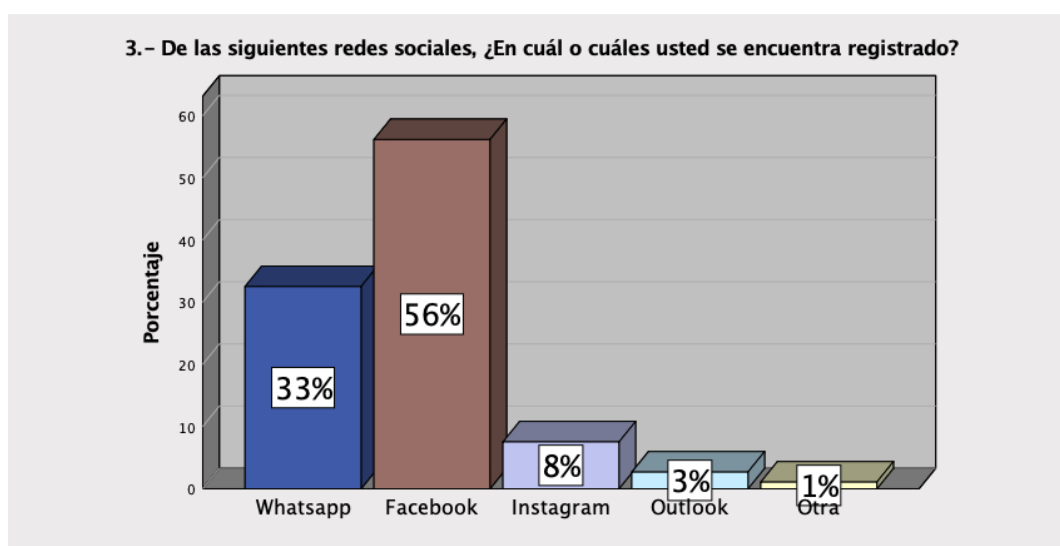
3.- De las siguientes redes sociales, ¿En cuál o cuáles usted se encuentra registrado?

Tabla 5: Redes sociales que se utilizan

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	WhatsApp	121	32,5	32,5
	Facebook	209	56,2	88,7
	Instagram	28	7,5	96,2
	Outlook	10	2,7	98,9
	Otra	4	1,1	100,0
	Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 5: Redes sociales que se utilizan



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

La mayoría de habitantes de la parroquia Anconcito mencionó que tiene acceso a internet, por lo tanto, también se consultó, en qué red o redes sociales se encuentra registrado, ante este cuestionamiento, se obtuvo que la mayoría indicó que tienen cuentas de Facebook, seguido de aquellos que expresaron que tienen WhatsApp, solo una menor cantidad expresó que utilizan Instagram y Outlook (correo electrónico). Con lo que se concluye que, el proyecto debe generar un espacio en la plataforma Facebook, puesto que es donde existe una mayor cantidad de tráfico.

4.- ¿En qué jornada utiliza con mayor frecuencia las redes sociales?

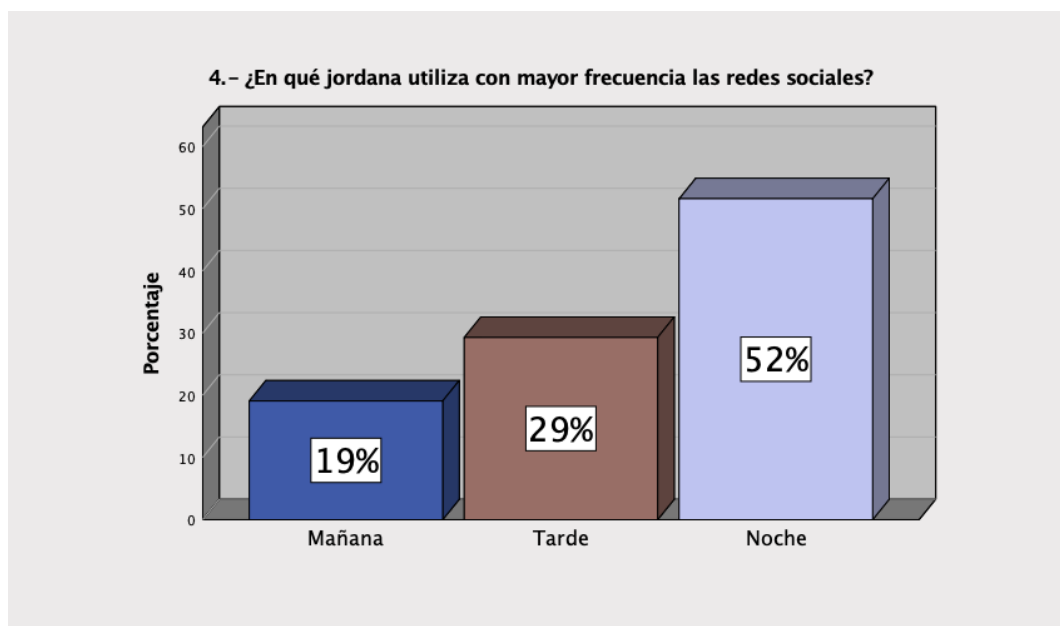
Tabla 6: Jornada con mayor tráfico de usuarios en redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Mañana	71	19,1	19,1
	Tarde	109	29,3	48,4
	Noche	192	51,6	100,0
	Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 6: Jornada con mayor tráfico de usuarios en redes sociales



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Otro de los factores que se deben considerar para ejecutar el proyecto de una Tv Online Comunitaria es la jornada en donde se van a emitir los programas con sus respectivos contenidos, es por ello que, se consultó a los usuarios, sobre la jornada en donde utilizan con mayor frecuencia las redes sociales, generando como resultado que, es en la noche donde los usuarios utilizan con mayor frecuencia sus dispositivos a través de las redes sociales, por lo tanto, es importante que el proyecto gane espacio en la jornada nocturna.

5.- En el día, ¿qué tiempo dedica a las redes sociales de su preferencia?

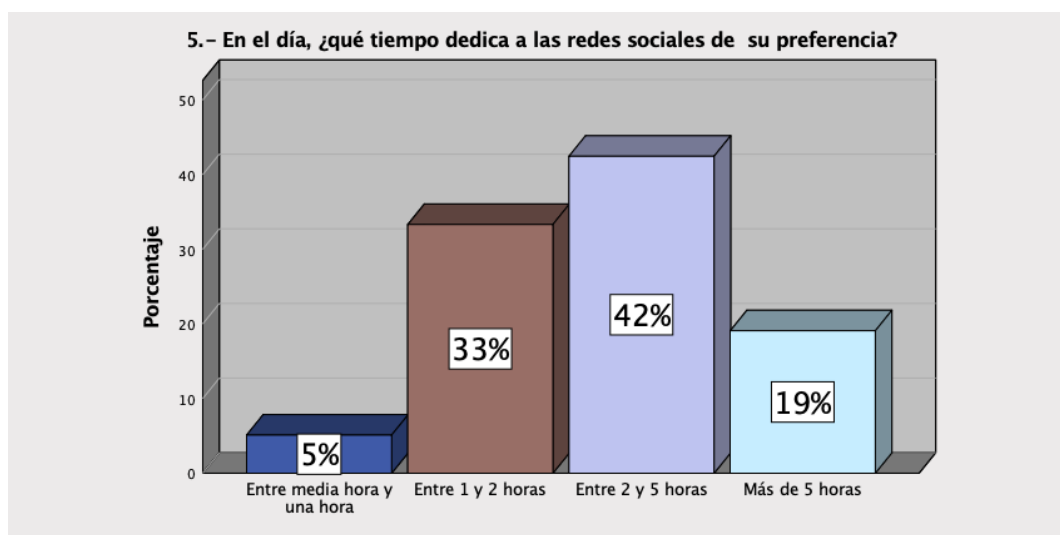
Tabla 7: Tiempo promedio que usuarios utilizan redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Entre media hora y una hora	19	5,1	5,1
Entre 1 y 2 horas	124	33,3	38,4
Válido Entre 2 y 5 horas	158	42,5	80,9
Más de 5 horas	71	19,1	100,0
Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 7: Tiempo promedio que usuarios utilizan redes sociales



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

El tiempo dedicado a redes sociales mediante internet también puede ser asociado como pasatiempo o tiempo de ocio, en esta comunidad, la gran parte de sus habitantes dedican entre 2 y 5 horas al día, seguido de horas promedio de 1 a 2 considerando estar de manera frecuente, otra parte de ellos opta por navegar más de 5 horas y un porcentaje mínimo estar entre media a una hora de acuerdo con las redes sociales antes mencionadas en la investigación

6.- ¿Qué tipo de contenidos prefiere en redes sociales?

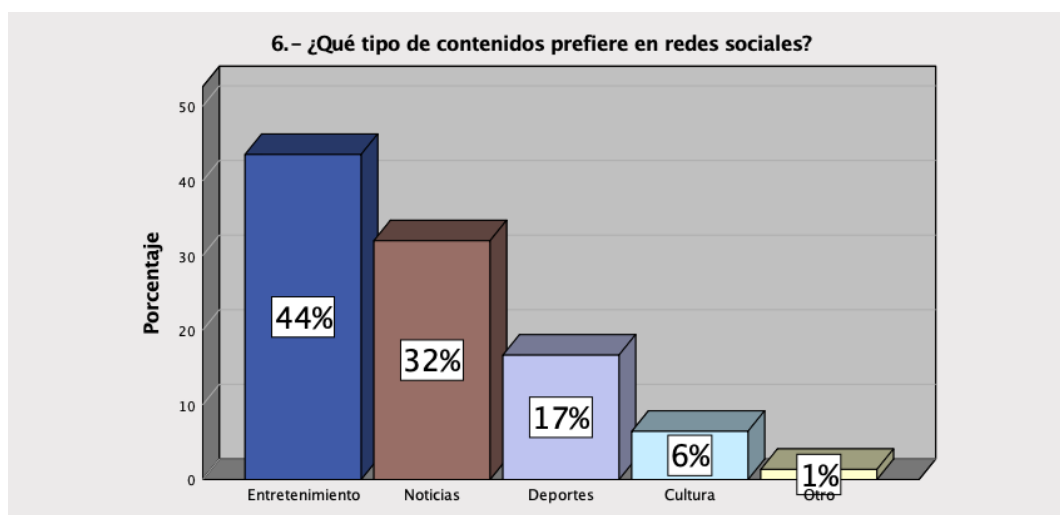
Tabla 8: Contenidos para la Tv Online

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Entretenimiento	162	43,5
	Noticias	119	32,0
	Deportes	62	16,7
	Cultura	24	6,5
	Otro	5	1,3
Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 8: Contenidos para la Tv Online



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

En cuanto a los motivos por lo que los receptores se conectan a internet mediante redes sociales se puede mencionar la preferencia de los temas de interés, según los habitantes de la parroquia Anconcito es el entretenimiento con un porcentaje mayor frente las demás opciones, seguido de las noticias, luego los deportes y finalmente la cultura, con lo que se puede conocer cómo llegar hasta este público en específico de acuerdo al contenido que revisa a diario

7.- ¿Conoce usted si existe una Tv Online en la parroquia Anconcito?

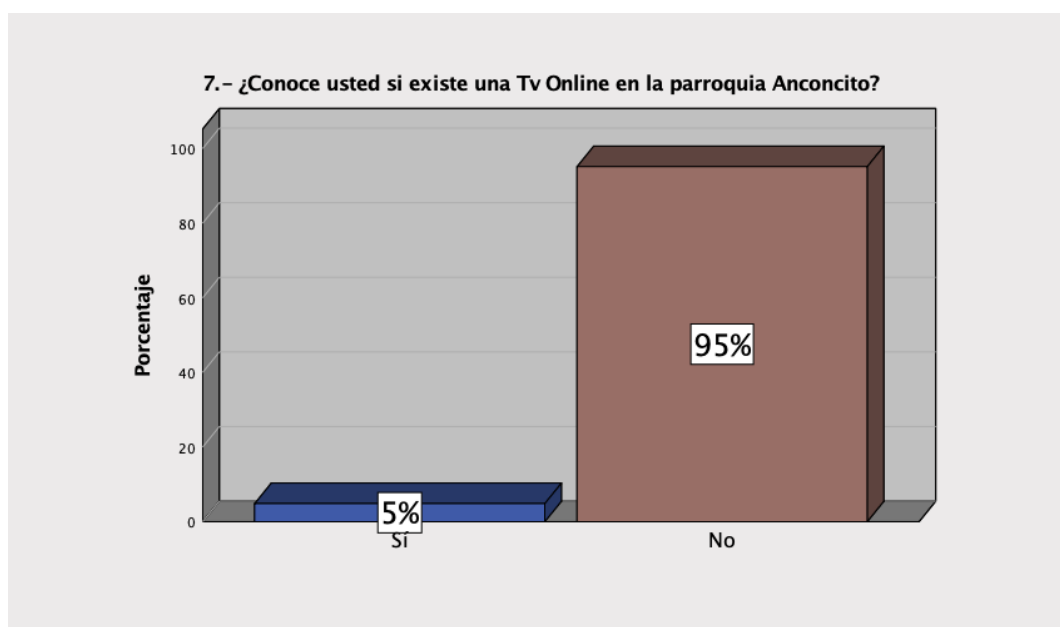
Tabla 9: Tv Online en Anconcito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	18	4,8	4,8
	No	354	95,2	100,0
	Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 9: Tv Online en Anconcito



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito

Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Según los resultados obtenidos, la mayor parte de los encuestados manifiestan que en la parroquia Anconcito no existe actualmente una Tv Online por la que se puedan transmitir los principales acontecimientos de lo que sucede dentro de la comunidad. Sin embargo, existe un porcentaje mínimo que manifiesta la existencia de alguno de estos, dando derecho a aquello a personas que suelen transmitir por Facebook algún acontecimiento en particular

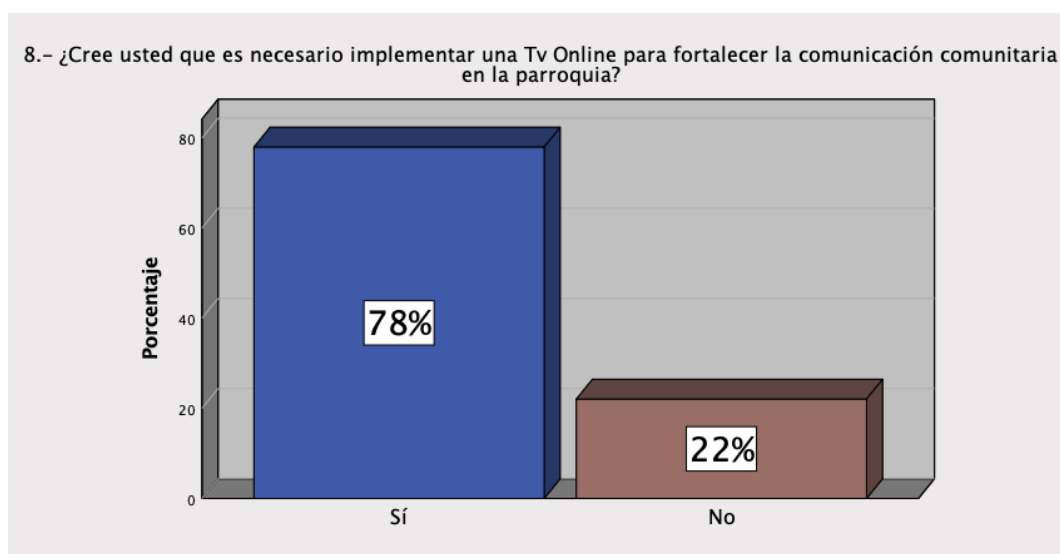
8.- ¿Cree usted que es necesario implementar una Tv Online para fortalecer la comunicación comunitaria en la parroquia?

Tabla 10: Importancia de una Tv Online para la Comunicación Comunitaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	290	78,0	78,0
	No	82	22,0	100,0
	Total	372	100,0	

Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

Gráfico 10: Importancia de una Tv Online para la Comunicación Comunitaria



Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas

De los jóvenes de la parroquia Anconcito que respondieron a esta pregunta se pudo obtener como resultado que en gran parte de ellos mencionan de manera positiva que es necesaria la implementación de una Tv Online comunitaria que permita transmitir toda clase de información de manera eficiente dentro del pueblo y así mejorar las condiciones de la comunicación entre los habitantes. En menor porcentaje se pronunciaron de manera negativa

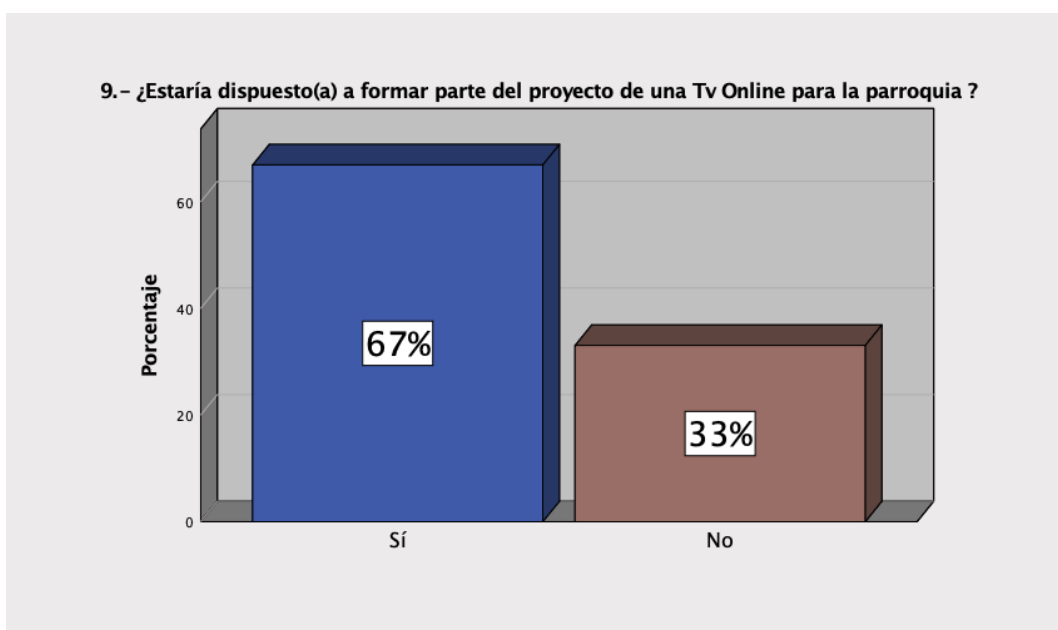
9.- ¿Estaría dispuesto(a) a formar parte del proyecto de una Tv Online para la parroquia?

Tabla 11: Acogida del proyecto de una Tv Online en la parroquia Anconcito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	249	66,9	66,9
	No	123	33,1	100,0
	Total	372	100,0	

*Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas*

Gráfico 11: Acogida del proyecto de una Tv Online en la parroquia Anconcito



*Fuente: Habitantes de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Lic. Dixiana Vargas*

De acuerdo con los resultados, se muestra que la mayoría de las personas encuestadas dio la aprobación para formar parte de un proyecto social que consiste en formar una Tv Online que fortalezca la comunicación dentro de la parroquia y exteriores, y así mantener informados a la comunidad de los principales acontecimientos, sin embargo, también existió un porcentaje menor que no estuvo de acuerdo con esta sugerencia y respondió “no”.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

TELEVISIÓN EN LÍNEA, PROMOVRIENDO LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA INTERACCIÓN COMUNITARIA, CON NIÑAS, NIÑOS, ADOLESCENTES Y JÓVENES DESDE LA INTERGENERACIONALIDAD, EN LA PARROQUIA ANCONCITO DEL CANTÓN SALINAS.

INTRODUCCIÓN

La comunicación forma un papel preponderante en el desarrollo socio económico de los pueblos, por lo que la presente propuesta comprende en ser parte activa y protagónico de los niños, niñas, adolescentes, jóvenes y su intergeneracionalidad en su proceso de aprendizaje, partiendo del diálogo, la reflexión, la edocomunicación y de algunos mecanismos comunicacionales, que generarán un escenario propicio de expresión desde su cosmovisión del mundo que los rodea; asimismo promocionando y sensibilizando el sentido de la colectividad de forma armónica como proceso integrador de unidad, teniendo como precedente una comunicación veraz y oportuna en los aspectos sociales, deportivos, educativos, participativos, políticos, entre otros.

Asimismo, se puede mencionar, que en la actualidad vivimos en una época tecnológica muy avanzada y que los acontecimientos diarios se los puede observar en los distintos medios comunicacionales, pero uno de los más perceptibles son las redes sociales, que actúan como canales de interrelación de la vida cotidiana entre el mundo exterior, por tanto la televisión por internet, a más de ser un proyecto innovador, puede alcanzar el potencial que exige la comunidad cibernética de estos tiempos, por lo que puede ser mejor o similar a cualquier televisión convencional. Este medio visible cuenta con ventajas considerables, ya que más del 60% de la población utiliza las redes sociales, lo que hace que se convierta en una ventaja dado a que permite contar como un medio alternativo y frecuente para obtener una comunicación comunitaria, para intercambiar vivencias experimentales, noticias de novedades, políticas actuales entre otras.

JUSTIFICACIÓN

Es de vital importancia desarrollar la siguiente propuesta en la Parroquia Anconcito, dado a que es necesario que exista un medio digital que promueva la información de noticias del acontecer local y de otras ciudades, además de involucrar a las mismas personas de la región para que sean las promotoras de difundir las noticias, para ello, es necesario capacitarlos y formarlos para que realicen el trabajo informativo con tecnicidad y profesionalismo.

En cuanto a la aplicación de la propuesta, una de las funciones de la Asamblea Local es de promover la organización social y la formación de la ciudadanía en temas relacionados con la participación y el control social, esto ha sido el engranaje propicio para el desarrollo de la propuesta, para que se ejecute y que aporte de manera significativa a beneficio del entorno.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un proceso de talleres comunicacionales a fin de implementar una televisión en vivo para mantener informados a la comunidad en general de todos los acontecimientos que se generen dentro de la parroquia por medio de un programa digital de comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una sociabilización a nivel parroquial a adolescente y jóvenes para que participen en los talleres comunicacionales.
- Desarrollar talleres de formación en temas de comunicación con redes sociales, edocomunicación, comunicación comunitaria, periodismo y comunicación audiovisual en nuevos medios, marketing en ventas de programación, producción de TV.
- Presentar la información a la ciudadanía de las entrevistas de los actores políticos, educativos, sociales y comunidad en general.

ALCANCE

La propuesta abarca lo concerniente a la comunicación comunitaria, educativa y de promoción social, a cambios que generen impacto positivo dentro de un marco de cordialidad y de armonía, fomentando la participación social y el interés de quiénes ejercen liderazgo en la Parroquia Anconcito.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada fue de forma técnica, teórica y práctica con experiencia en todos los temas de comunicación: comunicación con redes sociales, edocomunicación, comunicación comunitaria, periodismo y comunicación audiovisual en nuevos medios, marketing en ventas de programación, producción de tv, teniendo como política los valores de forma intrínseco en todos sus aspectos, asimismo se lo realizará de forma dinámica todo su aprendizaje.

RESULTADOS ESPERADOS

- Jóvenes o personas comprometidas con mira a ser parte de la comunicación digital y en desarrollo de la misma.
- Personas comprometidas en el accionar educomunicativa, participativa, promoviendo la participación y el accionar del bien común de forma protagónica.
- Ciudadanía corresponsable de sus derechos y del cumplimiento de sus responsabilidades como buen ciudadano en mejoras de la Parroquia Anconcito.

EJECUTORA

Lcda. Dixiana Vargas Sailema.

PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del proyecto será en 7 meses a partir de la firma de acuerdo y convenios entre las instituciones que participarán en la ejecución del proyecto.

CONTENIDO DE LA PROPUESTA

En primera instancia, se desarrollará la capacitación que serán impartidos por los facilitadores Lic. Dixiana Vargas Sailema, Lic. Dennys Tumbaco, Tecnólogo. Mario Redrovan y el Tecnólogo. Fabricio Reyes.

Los temas que se desarrollaron en la Capacitación fueron:

- Elección del Directorio de la Tv digital y preselección de los participantes que continuarán con la segunda fase.
- La edocomunicación como factor de enseñanza y aprendizaje.
- Comunicación comunitaria, periodismo y comunicación audiovisual en los nuevos medios.
- Producción de tv y puesto en marcha la programación.
- Presentación y producción de la Tv Digital.

RECURSOS

RECURSO TECNOLÓGICO

Entre los recursos tecnológicos utilizados fueron:

- Internet.
- Computadora de escritorio.
- Tinta de computadora.
- Consola.
- Cámaras Web.
- Cables.
- Luces de iluminación.

RECURSOS MATERIALES

- Esferos.
- Cartulinas, hojas y marcadores.
- Papelógrafos.

- Tizas.
- Camisetas.
- Alimentación.

RECURSOS FINANCIEROS

El total del proyecto es de \$ 3.305,76, será

RECURSO HUMANO

- Lic. Dixiana Vargas Sailema, Coordinadora del Proyecto.
- Lic. Dennys Tumbaco, Técnico en temas de comunicación en redes sociales, edocomunicación, comunicación comunitaria, periodismo y comunicación audiovisual en nuevos medios, marketing en ventas de programación y producción de tv.
- Tecnólogo. Mario Redrovan, Técnico en aplicación de Tecnología y en redacción de documentos.

PRESUPUESTO

N.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Tinta continua	12	\$ 10.41	\$ 124.92
2	Computadora de escritorio	1	\$ 500.00	\$ 500.00
3	Consola	1	\$ 150.00	\$ 150.00
4	Cables	30 metros	\$ 1.50	\$ 45.00
5	Internet	7 meses	\$ 40.00	\$ 280.00
6	Alimentación Break	80	\$ 1.79	\$ 143.20
7	Trípode de mesa	3	\$ 20.00	\$ 60.00
8	Camisetas alusivas a la tv en línea cuello redondo	25	\$ 6.36	\$ 159.00
9	Cámaras web HD	3	\$ 70.00	\$ 210.00
10	Esferográficos	48	\$ 0.27	\$ 12.96
11	Papelógrafos, rayas. Cuadros y blancos.	100	\$ 0.10	\$ 10.00
12	Cartulina hilo	100	\$ 0.20	\$ 20.00
13	Tiza líquida varios colores	24	\$ 0.50	\$ 12.00
14	Marcador permanente	24	\$ 0.50	\$ 12.00
15	Pedestal	3	\$ 30.00	\$ 90.00
16	Luces de iluminación	6	\$ 2.00	\$ 12.00
17	Cables de USB de cámara a laptop	30 metros	\$ 2.90	\$ 85.00
18	Línea gráfica completa	1	\$ 30.00	\$ 30.00
19	Banner	1	\$ 30.00	\$ 30.00
20	Cinta maskingtape	10	\$ 1.50	\$ 15.00
21	Menciones de reconocimientos	15	\$ 15.00	\$ 225.00
22	Honorarios profesionales a capacitadora encargada del proyecto	72 horas más acompañamiento	\$ 15.00	\$ 1080.00
TOTAL				\$ 3.305.76

Elaborado por: Lcda. Dixiana Vargas Sailema.

PLAN DE ACCIÓN

ÍTEM	ACTIVIDAD	DURACIÓN	FECHA	RESPONSABLE
1	Evento de Inauguración, firmas de compromiso y convenios interinstitucionales	2 horas	01/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
2	Inscripción de los participantes	2 horas	01/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
3	Taller: Comunicación con redes sociales	6 horas	02/06/2019	Lic. Dennys Tumbaco.
4	Taller: Edocomunicación.	6 horas	03/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
5	Taller: Comunicación Comunitaria	6 horas	04/06/2019	Lic. Dennys Tumbaco
6	Taller: Periodismo y Comunicación audiovisual	6 horas	05/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
7	Taller: Marketing en ventas de programación.	6 horas	06/06/2019	Lic. Dennys Tumbaco
8	Taller: Producción en Tv	6 horas	07/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
9	Taller: Programación puesto en marcha.	6 horas.	08/06/2019	Lic. Dennys Tumbaco
10	Graduación del Taller, Entrega de menciones a participantes destacados.	2 horas	09/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
11	Implementación de la Tv local	6 horas	10/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
12	Casa Abierta: Exposición del trabajo desarrollado en cada taller	8 horas	11/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.

13	Implementación de los programas educativos, sociales, con acompañamiento y evaluación	6 horas	12/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
14	Implementación de los programas educativos, sociales, con acompañamiento y evaluación	6 horas	13/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
15	Implementación de los programas educativos, sociales, con acompañamiento y evaluación	6 horas	14/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.
16	Implementación de los programas educativos, sociales, con acompañamiento y evaluación	6 horas	15/06/2019	Lcda. Dixiana Vargas S.

Elaborado por: Lcda. Dixiana Vargas Sailema.

CONCLUSIONES

Posterior al desarrollo de la investigación se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- El trabajo de titulación permitió evidenciar que la implementación de una Tv Online Comunitaria para la parroquia Anconcito es de gran relevancia para el fortalecimiento de la comunicación interna y la participación ciudadana, debido a que no existe un medio de comunicación digital en donde se puedan compartir temas de interés de la comunidad y que esta se pueda mantener informada.
- La conceptualización de teorías y definiciones de autores relacionados a la Tv Online Comunitaria contribuyeron al mejoramiento de las bases científicas de la investigación y esto a su vez sirvió como base para la elaboración del proyecto Anconcito TV.
- A través de las visitas técnicas a la parroquia Anconcito, se pudo constatar que existen limitantes en los procesos comunicacionales, puesto que, solo existe un medio de comunicación interna denominada “La voz de los techos”, el mismo que trabaja en beneficio de la sociedad, sin embargo, no existen proyectos que permitan fortalecer la comunicación comunitaria con la participación de los jóvenes de la comunidad.
- La Tv online comunitaria es un medio digital que tendrá espacio en la plataforma Facebook, la misma que deberá contar con un talento humano debidamente capacitado para la eficiente manipulación de los materiales y equipos y así transmitir información de calidad.
- De acuerdo a los datos recolectados a través de los instrumentos de investigación se pudo determinar que el proyecto de una Tv Online comunitaria para la parroquia Anconcito del cantón Salinas, tendrá una acogida aproximada del 67% de la población en beneficio del proyecto

RECOMENDACIONES

Finalmente, se establecen las siguientes recomendaciones:

- Ejecutar el proyecto de una Tv Online Comunitaria para la parroquia Anconcito, considerando todos los elementos claves para que se pueda comunicar de manera eficiente a la ciudadanía y que el contenido que se transmita contribuya al fortalecimiento de la participación ciudadana.
- Considerar las bases teóricas para futuras investigaciones en el contexto de estudio, y que estas puedan servir como base para la creación de nuevos medios de comunicación digitales de la parroquia Anconcito y del cantón Salinas.
- Realizar convenios con las autoridades competentes con la finalidad de generar nuevos proyectos en beneficio de la comunicación comunitaria y de esta forma crear espacios de diálogo con la ciudadanía, considerando la participación de los jóvenes de la parroquia.
- Capacitar a los participantes del proyecto de la Tv Online Comunitaria en la parroquia Anconcito, en temas referentes a la importancia de la participación ciudadana para que se pueda generar un contenido de calidad y que tenga la aceptación por parte de los usuarios.
- Socializar el proyecto con las autoridades, y posteriormente con los ciudadanos de la parroquia para poder ejecutarlo a corto plazo dando a conocer los beneficios de la implementación de una Tv Online comunitaria y que de esta forma el proyecto sea acogido de manera favorable.

BIBLIOGRAFÍA

- Agirreazaldegui, T. (2018). Documentación del material audiovisual de programas informativos en la televisión digital. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 41(1), 73-83.
- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Arjona, J. (2019). Televisión por Internet: evolución de un mercado masivo a través de redes IP. In *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información*. *Revista Dialnet*, 271-282.
- Asamblea Nacional. (2019). *Ley Orgánica de Participación Ciudadana*. Obtenido de Consejo de Participación Ciudadana y Control Social:
<http://www.cpcs.gov.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ley-OrgCPCS.pdf>
- Atencia, C. (2018). *Propuesta para la implementación de un canal de televisión on-line*. Cuenca-Ecuador: Universidad del Azuay.
- Bejerano, P. (26 de junio de 2019). *Internet superará en uso a la televisión en 2019*. Obtenido de <https://blogthinkbig.com/internet-superara-uso-television-2019>
- Bernal Torres, C. A., & Sierra Arango, H. D. (2013). *Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI* (2 ed.). México: Pearson Educación.
- Blázquez, M. (2018). *El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas*. México.
- Bosch, M., & Ripani, C. (2018). El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: ¿Una gran oportunidad para la región?(versión interactiva). *Banco Interamericano de Desarrollo*, 24.

- Caim, G. (01 de mayo de 2011). *Scribd*. Obtenido de Recursos de la empresa:
<https://es.scribd.com/doc/54296924/Los-Recursos-de-La-Empresa>
- Cervino, M. (2018). *Por una comunicación del común. Medios comunitarios, proximidad y acción*. Quito: CIESPAL.
- Ciller, M., & Palacio, J. (2016). *Ciller Tenreiro, M. C., & PaProducción y desarrollo de proyectos audiovisuales*. Síntesis.
- Crusellas, L. (abril5 de 2017). *Diferencia entre género y formato televisivo*. Obtenido de <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/cine-y-tv/diferencia-entre-genero-y-formato-televisivo/>
- Cubero, D. (28 de junio de 2017). *Cómo crear un formato televisivo*. Obtenido de <https://cursosdeguion.com/5-como-crear-un-formato-televisivo/>
- De Moragas Spa, M., Garitaonandia, C., & Lopez, B. (2016). *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Valencia: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Del Castillo, J. A. G., & Sánchez, C. L. (2017). *Medios de comunicación, publicidad y adicciones*. EDAF.
- Dolye, G. (2016). Producción de televisión, modelos de financiación y explotación de contenidos. *University of Glasgow*, 14(2), 74-96.
- Drake, B., & Herrera, D. (2018). televisión local y desarrollo cultural: Coordenadas para estudiar la relación. *Alcance*, 7(15), 67-81.
- Fernández López, S. (2014). *Cómo gestionar la Comunicación en Organizaciones Públicas y no lucrativas* (2 ed.). Madrid, España: Narcea S.A.
- Ferrer, R. (2016). *Calidad Televisiva y Mala Televisión*. Barcelona-España: Universidad Autónoma de Barcelona.

- G.A.D. Anconcito. (2015). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Anconcito*. Obtenido de G.A.D. Anconcito :
<http://www.gadanconcito.gob.ec/datos-generales/>
- Galeano, S. (31 de enero de 2019). *Marketing and Commerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/>
- García, A., Tur, V., & Pastor, Y. (2018). *Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. Noticias, contenidos audiovisuales y medición de audiencias* (Vol. 16). Universidad de Alicante.
- García, N., & Ávila, C. (marzo de 2016). Nuevos escenarios para comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano. *Palabra Clave*, 19(1), 271-303.
- García, V. (2018). La accesibilidad de la televisión "online" en España: análisis de la programación de Antena 3 y Telecinco. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(1), 1287-1300.
- Gómez, G. O. (2016). *Comunicación, tecnología y educación* (Vol. 1). Quito: CIESPAL.
- González, J. (2018). Complejidad dinámica en Internet como plataforma de información y comunicación: Análisis filosófico desde la perspectiva de Ciencias de Diseño y el papel de la predicción. *Revista de Informação & Sociedade*, 28(1), 155.
- Guerrero, E., & Etayo, C. (Mayo de 2015). Percepción de calidad de los programas de entretenimiento televisivos en España: influencia de los valores de producción. *El profesional de la información*, 24(3), 256-264.

- Gutierrez , C. (2015). *Servicio de Estudio Cuantitativo Sobre Consumo Radial y Televisivo*. Lima - Perú: CONCORTV.
- Hernández, A., Ramos, M., López, P., Quimís, A., & Moreno, L. (2018). *Metodología de la investigación científica* (Vol. 15). Ciencias y Letras.
- Hernández, E., De las Villas, M., & Paz, L. (2017). Document proposal for the creation of community TV. *Comunicación*, 26(1), 78-89.
- Hernández, E., Paz, L., & Freire, J. (2019). PARTv: guía metodológica para diagnosticar la participación en la producción televisiva. *Cuadernos de documentación multimedia*, 30, 106-128.
- Hernández, E., Paz, L., & Jara, D. (2016). Retos de la participación comunitaria en la producción televisiva local. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(2), 147-152.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: The McGraw-Hill Companies.
- Herrera, J., & Blanco, T. (2017). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. ESIC.
- Hinojosa Pérez, J. A. (2017). *El arte de hacer una tesis para pos y pregrado con casos prácticos* (1 ed.). Lima: Centro de Producción Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Hootsuite . (31 de enero de 2019). *Tecnología Digital en España*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/t2omedia/digital-2019-estudio-hootsuite>
- INEC. (2019). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

- Krohling Peruzzo, C., Chaparro Escudero, M., & Torrico Villanueva, E. (2019). Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*(140), 75-94.
- Lacalle, C., & Sánchez-Ares, M. (Enero de 2019). Producción de ficción televisiva española a partir de la desregulación: entre la atomización de las empresas y la concentración vertical. *El profesional de la información*, 28(1), 1699-2407.
- Marino, S., & Guimerá, Á. (2016). Televisión sin fines de lucro. *Austral Comunicación*, 5(2), 205-227.
- Menes, G. (16 de febrero de 2016). *Guía de Operación de la Frecuencia de Televisión*. Obtenido de <http://www.cortv.oaxaca.gob.mx/wp-content/uploads/2016/02/TELEVISION.pdf>
- Molina Benavides, L., Vera Campuzano, N., Parrales Loor, G., Lainez Quinde, A., & Clery Aguirre, A. (2017). *Investigación aplicada en ciencias sociales*. Santa Elena: Editorial Upse.
- Morfa Hernández, G., & Sol Garabito, I. (Abril de 2012). Medios y desarrollo: un reto desde lo comunitario. *Contribuciones a las ciencias sociales*.
- Nieto Margarita. (2018). Análisis crítico de la producción de contenidos y de la ley de la radio y la televisión de titularidad estatal. El caso de TVE. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 730-747.
- Noboa, M., Loor, M., & Del Pozo, V. (2018). Televisión Comunitaria: factores de éxito para el crecimiento en Ecuador. *Killkana Social*, 2(1), 27-32.
- Nunes, A. (2018). Televisión comunitaria, regulación y participación en Buenos Aires: la experiencia de Faro TV. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7(1), 144-171.

- Pérez, E. (2018). La fuga de los millennials de la televisión lineal. *Revista latina de comunicación social*, 1231-1246.
- Romero, L., De Casas Moreno, P. & Torres, Á. (2015). *Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión* (Vol. 10). Quito: Alteridad.
- Santa María, L. (12 de enero de 2018). *Reglas para un diseño de logo exitoso*. Obtenido de <https://www.staffdigital.pe/blog/reglas-diseno-logo-exitoso/>
- Santos, C. (2018). *La educomunicación desde 'Prensa escuela Uniautónoma*. Caribe-Colombia: Universidad Autónoma del Caribe.
- Scolari, C. (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. *Research and Innovation Actions: España*, 85.
- Tarragona, A. (2017). *Realización de un programa de televisión*. Universidad Oberta de Catalunya.
- Tornay Márquez, M. (2018). Creando el derecho a la comunicacion desde abajo: radioos comunitarias sostenibles en Venezuela, Ecuador y España. *Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 7(2), 95-132.
- Trujillo, H., Gómez, C., & Quiceno, E. (2016). *Medios de comunicación para el cambio social y comunicación para el fortalecimiento del tejido social* (Vol. 34). Comunicacion.
- Valencia Cerón, C. (2018). *El poder de la televisión frente al desarrollo humano de jóvenes de Popayán* (21 ed.). Popayán , Colombia: Universidad de Cauca.
- Villamizar, M. (24 de enero de 2018). *Régimen de TV Comunitaria, una herramienta que beneficia a los televidentes*. Obtenido de

<https://www.antv.gov.co/index.php/component/k2/item/1204-regimen-de-tv-comunitaria-una-herramienta-que-beneficia-a-los-televidentes>

Villanueva, M. (1 de septiembre de 2015). *Sistema de clasificación de contenidos de televisión*. Obtenido de

<http://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/sistema-clasificacion-contenidos-television-telebistako-edukien-sailkapen-sistema.pdf>

Yañez Gallardo, R., Arenas Carmona, M., & Ripoll Novales, M. (2010). El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral general. *Liberabit*, 193-202.

Yúbal, F. (29 de abril de 2019). *Cómo ver un programa concreto en directo o diferido*. Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/mitele-como-ver-programa-concreto-directo-diferido>

Zermeño, S. (2015). *El ABC de Investigar* (1 ed.). México: Pearson Educación.

ANEXOS

Anexo 1: Formato de entrevista



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR DE LA RADIO COMUNITARIA

LA VOZ DE LOS TECHOS

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar (ciudad y sitio específico): _____

Entrevistador: _____

Entrevistado (nombre y cargo dentro de la institución):

Introducción:

La investigación de “Implementación de Tv online comunitaria, diseño de la programación y capacitación a los nuevos jóvenes comunicadores de la parroquia Anconcito”, se realiza con la finalidad de fomentar la participación ciudadana de los habitantes de la parroquia en temas educativos y de formación.

Características de la entrevista:

La entrevista es confidencial, única y exclusivamente para fines académicos y tendrá una duración estimada de quince minutos.

Preguntas

1.- Según su criterio, ¿Cómo se encuentra la comunicación interna en la parroquia Anconcito?

2.- ¿Qué tipo de información se transmite a través de La Voz de los techos?

3.- ¿Conoce otro medio a través del cual se informe a la ciudadanía?

4.- ¿Qué implementos utiliza para las transmisiones de La Voz de los Techos?

5.- ¿Cree que las autoridades competentes apoyan al desarrollo de la comunicación comunitaria a través de proyectos?

6.- ¿Qué piensa acerca del proyecto de una Tv Online Comunitaria para la parroquia?

7.- ¿Quiénes cree que deben formar parte de este proyecto?

8.- Un criterio acerca de la importancia de la comunicación para la parroquia

Nota: la información recopilada es de uso exclusivo para la realización de la investigación académica de la Lcda. Dixiana Vargas Sailema, previo a obtener el grado académico de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación, gestionado en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2: Formato de encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

IMPLEMENTACIÓN DE TV ONLINE COMUNITARIA, DISEÑO DE LA PROGRAMACIÓN Y CAPACITACIÓN A LOS NUEVOS JÓVENES COMUNICADORES DE LA PARROQUIA ANCONCITO.

ENCUESTA A CIUDADANOS DE LA PARROQUIA ANCONCITO

Buenos días (tardes):

Estoy trabajando en un estudio que servirá para elaborar una tesis profesional acerca de “Implementación de Tv online comunitaria, diseño de la programación y capacitación a los nuevos jóvenes comunicadores de la parroquia Anconcito.”

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Quisiera pedir su ayuda para que conteste algunas preguntas que no le tomarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas. No hay preguntas delicadas.

Las personas que fueron seleccionadas para el estudio no se eligieron por su nombre sino al azar.

Lea las instrucciones cuidadosamente, ya que existen preguntas en las que sólo se puede responder a una opción; otras son de varias opciones.

INSTRUCCIONES:

Lea o escuche atentamente al cuestionamiento para responder de acuerdo a su conocimiento de forma sincera.

- La encuesta consta de 9 preguntas
- Si tiene alguna duda consulte al encuestador
- La información que proporcione es confidencial
- Los resultados de la encuesta son solamente para fines académicos

Género: Masculino _____ Femenino _____

Edad:

No. Encuesta:	
---------------	--

Alternativa	X
De 20 a 29 años	
De 30 a 39 años	
De 40 a 49 años	
Más de 50 años	

Marque con una X según su opinión.

1.- De los dispositivos que se mencionan a continuación, ¿Cuál o cuáles ha utilizado en las últimas semanas?

Alternativa	x
Smartphone	
Tablet	
Laptop	
Televisión	
Otro ¿Cuál?	

3.- De las siguientes redes sociales, ¿En cuál o cuáles usted se encuentra registrado?

Alternativa	x
Whatsapp	
Facebook	
Instagram	
Outlook	
No utiliza redes sociales	
Otro ¿Cuál?	

5.- En el día, ¿qué tiempo dedica a las redes sociales de su preferencia?

Alternativa	X
Entre media hora y una hora	
Entre 1 hora y 2 horas	
Entre 2 y 5 horas	
Más de 5 horas	

7.- ¿Conoce usted si existe una Tv Online en la parroquia Anconcito?

Alternativa	X
Si	
No	

9.- ¿Estaría dispuesto(a) a formar parte del proyecto de una Tv Online para la parroquia ?

Alternativa	X
Si	
No	

2.- ¿Requiere de internet para el uso del dispositivo o dispositivos?

Alternativa	x
Si	
No	

4.- ¿En qué jornada utiliza con mayor frecuencia las redes sociales?

Alternativa	X
Mañana	
Tarde	
Noche	

6.- ¿Qué tipo de contenidos prefiere en redes sociales?

Alternativa	x
Entretenimiento	
Noticias	
Deportes	
Cultura	
Otro ¿Cuál (es)?	

8.- ¿Cree usted que es necesario implementar una Tv Online para fortalecer la comunicación comunitaria en la parroquia?

Alternativa	X
Si	
No	

Anexo 3: Evidencia fotográfica



Logo oficial del canal Online Anconcito Tv



Socialización del proyecto Anconcito Tv con las autoridades y habitantes de la parroquia.



Capacitación a los niños y jóvenes de la comunidad a través de la Asamblea local comunitaria



Capacitación a niños de las diferentes instituciones educativas de la parroquia Anconcito



Mención entregada por parte del presidente del GAD Parroquial Sr. Alex Cevallos



Entrevista realizada por los niños y jóvenes de la comunidad a las autoridades de la parroquia aplicando los conocimientos impartidos.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **VARGAS SAILEMA, DIXIANA MARIA** con C.C: # 1720691664 autor/a del **trabajo de titulación: “Implementación de Tv Online Comunitaria, Diseño de la Programación y Capacitación a los nuevos jóvenes comunicadores de la Parroquia Anconcito”** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 22 de **mayo** de **2021**

f. _____
VARGAS SAILEMA, DIXIANA MARIA
C.C: 1720691664



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Implementación de Tv Online Comunitaria, Diseño de la Programación y Capacitación a los nuevos jóvenes comunicadores de la Parroquia Anconcito	
AUTOR(ES)	VARGAS SAILEMA, DIXIANA MARIA	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Mgs. Roberto Briones, PhD.	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Periodismo y Gestión de Comunicación	
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Periodismo y Gestión de Comunicación	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de mayo de 2021	No. DE PÁGINAS: 72
ÁREAS TEMÁTICAS:	22 de mayo de 2021	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Media, Community Online TV, programming, communicators.	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):		
<p>The media has been kept in constant changes over the years and with evolution new ways of communicating have emerged, among them it can be mentioned as main actors radio, television, the press, the cinema, the web, etc., the latter being the most dynamic, diverse and adjustable to the new generation. The research develops in the parish Anconcito in which the need arises to strengthen internal communication because it has limitations in terms of resources in the media and in turn it can be shown that it does not have a direct channel where the main events can be transmitted covering information to the whole community, that is why the implementation of a Community Online Tv where active participation can be counted young communicators in the parish, reinforcing knowledge with training in issues of relevance such as programming design, content, equipment, among others for the purposes. The research has a quantitative and qualitative approach, for which instruments such as survey and interview were used, through which the favorable reception and acceptance of the Anconcito Tv project by the authorities and general citizenship, which consists of creating a channel on Facebook's main platform which, as evidenced, was the most widely used social network by the community dwellers.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0963638375	E-mail: vargasdixiana92@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: directora: Dra. Irene Trelles Rodríguez	
	Asistente: Ing. Sindy Murillo	
	Teléfono: 0999358806	
	E-mail: maestria.periodismo.comunicacion@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		