



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO**

**TEMA**

**PERIODISMO INFORMATIVO GUAYAQUILEÑO EN  
PLATAFORMAS STREAMING**

**TUTORA**

**Msc. MARÍA FERNANDA CARVAJAL**

**AUTOR**

**BYRON WALTHER VÉLEZ ALBÁN**

**GUAYAQUIL**

**2019**



<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> <b>PERIODISMO INFORMATIVO GUAYAQUILEÑO EN PLATAFORMAS STREAMING</b>	
<b>AUTOR/ES:</b> Vélez Albán Byron Walther.	<b>REVISORES O TUTORES:</b> MSC. Carvajal Muñoz María Fernanda
<b>INSTITUCIÓN:</b> <b>Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil</b>	<b>Grado obtenido:</b> Licenciado en Periodismo
<b>FACULTAD:</b> CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	<b>CARRERA:</b> PERIODISMO
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2019	<b>N. DE PAGS:</b> 102
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e Información	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Comunicación Social, Periodismo Informativo, Internet, TIC.	
<b>RESUMEN:</b> El periodismo informativo en los últimos años se vio modificado por la llegada de la era digital, quien trajo conseguido nuevos elementos y plataformas para comunicar, en la actualidad la forma como se consume la información es diferente, los usuarios acceden a ella fácilmente y al instante a través de dispositivos electrónicos con una conexión a internet. Los medios de comunicación tienen la ardua tarea de adaptarse a esta nueva tendencia de consumo que avanza a pasos agigantados, empleando diversas plataformas digitales para el consumo de información. Para esta investigación se tomó a las plataformas streaming, debido a que su valor con el paso de los años creció, para la construcción de nuevas propuestas periodísticas informativas. Son muchos los medios de comunicación (medios tradicionales y medios nativo digitales) que hacen uso de ellas en el país, las razones principales del porqué de su importancia y uso son el llegar a grandes audiencias, el transmitir al instante los acontecimientos noticiosos y el ahorro de costos.	

<b>N. DE REGISTRO:</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR:</b> Vélez Albán Byron Walther.	<b>Teléfono:</b> 0997628578	<b>E-mail:</b> byronwvak@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	MG. Marco Oramas Salcedo <b>Teléfono:</b> 2596500 <b>Ext.</b> 249 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:moramass@ulvr.edu.ec">moramass@ulvr.edu.ec</a> MG. Federico Guillermo Varas Chiquito <b>Teléfono:</b> 2596500 <b>Ext.</b> 253 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:fvaras@ulvr.edu.ec">fvaras@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Byron 30 de marzo.docx (D50375055)  
Submitted: 4/8/2019 8:00:00 PM  
Submitted By: fvarasc@ulvr.edu.ec  
Significance: 5 %

### Sources included in the report:

Tesis Martinez.docx (D44621123)  
LEON LEON LEIDY MICHELLE • RIVERA CARDENAS DIANA CAROLINA.docx (D42971182)  
<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>  
<http://www.reibci.org/publicados/2016/oct/1800108.pdf>  
[http://recursos.portaleducoas.org/sites/default/files/usuarios\\_academicos\\_de\\_la\\_interactividad\\_Selectiva\\_y\\_Comunicativa1.pdf](http://recursos.portaleducoas.org/sites/default/files/usuarios_academicos_de_la_interactividad_Selectiva_y_Comunicativa1.pdf)  
[https://eclencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12192/TFG\\_CastilloFern%C3%A1ndezSusana\\_Febrero\\_13-14.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://eclencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12192/TFG_CastilloFern%C3%A1ndezSusana_Febrero_13-14.pdf?sequence=1&isAllowed=y)  
[https://www.uned.ac.cr/academica/edutec/memoria/ponencias/cuen\\_ramirez\\_133.pdf](https://www.uned.ac.cr/academica/edutec/memoria/ponencias/cuen_ramirez_133.pdf)  
<https://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-streaming-una-guerra-de-contenidos-que-transforman-a-la-radio-y-la-tv/>  
<https://www.cronista.com/controlremoto/Por-cada-nuevo-abonado-de-TV-paga-ya-se-suman-tres-a-las-plataformas-de-streaming-20180326-0015.html>  
<https://www.lanacion.com.ar/2026979-la-generacion-streaming-se-adueno-de-la-audiencia>  
<https://ultimahora.ec.com/vito-tvo-4-anos-siendo-el-pionero-del-streaming-en-el-ecuador/>  
<https://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>  
<https://www.itu.int/en/wtpf-13/Documents/backgroundunder-wtpf-13-broadband-es.pdf>  
<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/902/542/>  
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Organica-de-Telecomunicaciones.pdf>  
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-evolucion-a-en-las-tic-para-atender-a-sus-ciudadanos/>  
[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-95022017000100037](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037)  
<https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/3712/RiveraRogel.pdf?sequence=1>  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/25178\\_87156.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25178_87156.pdf)  
<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>  
<https://www.comunicacion.gob.ec/el-periodismo-en-el-ecuador-tras-el-legado-de-eugenio-espejo/>  
<http://shooowit.com/2016/05/10/un-poco-de-historia-los-origenes-del-streaming/>  
02992deb-d711-4a1c-9728-7d72e28f4ac1

  
0925972770

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado BYRON WALTHER VÉLEZ ALBÁN, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Periodismo Informativo Guayaquileño en Plataformas Streaming, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

Firma:

  
BYRÓN WALTHER VÉLEZ ALBÁN

C.I. 0941454464

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Periodismo Informativo Guayaquileño En Plataformas Streaming, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Periodismo Informativo Guayaquileño en Plataformas Streaming, presentado por el estudiante BYRON WALTHER VÉLEZ ALBÁN como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



MARÍA FERNANDA CARVAJAL MUÑOZ

C.C. 0925972770.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a mi madre Laura Albán Palacios, la luz que me dio guía para empezar este arduo camino de lucha en el ámbito educativo - profesional, por darme la oportunidad de elegir mi propio camino y brindarme la fortaleza, así como la motivación para lograr esta meta.

Gracias a mi padre Byron Vélez Ponce quien con sus consejos y constante apoyo me permite conseguir este objetivo, su sabiduría y enseñanza es fundamental en mi vida.

Agradezco a mi compañera de vida Vicenta Zambrano por estar presente en los momentos más significativos, escuchando mis locas ideas y proyectos, trabajando a la par conmigo para alcanzar cada meta que nos planteamos. Sobre todo quiero agradecerle por darme una hermosa hija, Juliette Vélez, que desde su nacimiento me dio un ejemplo de lucha y con su sonrisa me motiva para salir adelante cada día.

De igual forma, quiero agradecer a mi tutora María Fernanda Carvajal por su orientación y colaboración en el desarrollo de este proyecto académico, para la obtención del título de Licenciado en Periodismo.

Las amistades que se cosechan en este largo proceso suelen ser pocas, reconociendo que un amigo es un regalo que tú mismo te das, quiero dar gracias a Orlanda Vásquez Duarte por hacer de la amistad más que palabras un significado.

## **DEDICATORÍA**

### **A mi madre Laura.**

Confieso que siempre visualice este momento, en el que finalmente podría dedicarle este trabajo. Se lo dedico a mi mamá por ser mi apoyo constante para poder conseguir esta meta, por formarme, por motivarme, por hacerme la persona que soy hoy, pero sobre todo por su gran amor.

### **A mi padre Byron.**

Por ser mi ejemplo de perseverancia y constancia, por enseñarme que no hay nada en el mundo que no pueda lograr si brindo lo mejor de mí, por sus consejos y sobre todo por su gran amor.

### **A mi compañera de vida.**

Por su esfuerzo, por su confianza, por permitirme restar horas de nuestro tiempo en familia para poder realizarme como profesional.

### **A mi hija.**

Por ser mi ejemplo de lucha desde que nació, por cambiar mi vida y por motivarme cada día con su hermosa sonrisa.

### **A mis hermanos**

Se lo dedico a todos con amor, aunque muchos estamos lejos, siempre están en mis pensamientos y quiero ser su ejemplo.

Todo esto ha sido posible gracias a ustedes.

## RESUMEN

El periodismo informativo en los últimos años se vio modificado por la llegada de la era digital, quien trajo consigo nuevos elementos y plataformas para comunicar, en la actualidad la forma como se consume la información es diferente, los usuarios acceden a ella fácilmente y al instante a través de dispositivos electrónicos con una conexión a internet. Los medios de comunicación tienen la ardua tarea de adaptarse a esta nueva tendencia de consumo que avanza a pasos agigantados, empleando diversas plataformas digitales para el consumo de información. Para esta investigación se tomó a las plataformas streaming, debido a que su valor con el paso de los años creció, para la construcción de nuevas propuestas periodísticas informativas. Son muchos los medios de comunicación (medios tradicionales y medios nativos digitales) que hacen uso de ellas en el país, las razones principales del porqué de su importancia y uso son el llegar a grandes audiencias, el transmitir al instante los acontecimientos noticiosos y el ahorro de costos.

**Palabras clave:** Comunicación Social, Periodismo Informativo, Periodismo Digital, Internet, TIC.

## **ABSTRACT**

Informative journalism in recent years has been modified with the arrival of the digital age, new elements and platforms for communication have been announced, currently the information has been used is different, users have accessed it easily and instantly through electronic devices with an internet connection. The media have had the arduous task of adapting to this new consumer trend that is advancing by leaps and bounds, using various digital platforms for the consumption of information. For this research, streaming platforms were taken, because they have taken great value over the years, for the construction of new informative journalistic proposals. There are many media (traditional media and digital native media) that make use of them in the country, the main reasons why its importance and use are reaching large audiences, instantly transmit news events and saving of costs.

**Key words:** Social Communication, Information Journalism, Digital Journalism, Internet, TIC.

# ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	i
FICHA DE REGISTRO DE TESIS .....	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO .....	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES ...	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
DEDICATORÍA .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1.1 Título .....	3
1.2 Planteamiento del problema .....	3
1.3 Formulación del problema .....	6
1.4 Sistematización del problema .....	6
1.5 Objetivo General .....	6
1.6 Objetivos Específicos .....	6
1.7 Justificación de la Investigación .....	7
1.8 Delimitación o alcance de la investigación .....	8
1.8.1 Alcance .....	8
1.9 Idea a Defender .....	9
CAPÍTULO II .....	10
MARCO TEÓRICO .....	10
2.1 Marco Referencial .....	10
2.2 Marco Teórico .....	13
2.2.1 Plataformas Streaming .....	13
2.2.2 Periodismo Informativo .....	26

2.2.3 Evolución del Periodismo.....	28
2.2.4 Géneros del Periodismo.....	31
2.2.5 Clasificación de los Medios de Comunicación. ....	33
2.2.6 Uso de streaming en el periodismo informativo.....	34
2.2.6 Historia del canal VitoTVO.....	36
2.2.7 Prosumidores. ....	37
2.2.8 Tipos de prosumidores. ....	39
2.2.9 Interactividad. ....	40
2.2.10 Perfiles periodísticos en la comunicación digital. ....	41
2.3 Marco Conceptual.....	43
2.4 Marco Legal.....	44
CAPÍTULO III .....	47
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
3.1 Enfoque Investigativo.....	47
3.2 Tipo de investigación .....	47
3.2.1 Investigación Descriptiva. ....	47
3.2.2 Investigación Explicativa. ....	48
3.2.3 Investigación de Campo. ....	48
3.2.4 Investigación Estudio de Caso.....	48
3.3 Técnicas de investigación.....	48
3.3.1 Entrevista. ....	48
3.3.2 Encuestas .....	49
3.4 Población .....	49
3.5. Muestra .....	50
3.5.1 Muestreo Censal. ....	50
3.5.2 Muestreo Aleatorio Estratificado.....	50
3.5.3 Muestreo Intencional. ....	51
3.6 Resultado de entrevistas .....	51
3.6.1 Entrevista a representantes del canal streaming Vito TVO.....	51
3.6.2 Entrevista a experto en periodismo digital. ....	52
3.7 Resultados de las Encuesta.....	53
CAPÍTULO IV .....	61
INFORME FINAL .....	61
CONCLUSIONES.....	61

RECOMENDACIONES .....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	65
ANEXOS .....	72

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Porcentaje de usuarios que consumen streaming por país 2018.....	11
Tabla 2 Portales informativos en Internet, Guayaquil 2018.....	18
Tabla 3 Población del estudio.....	49
Tabla 4 Representantes de los medios encuestados.....	50
Tabla 5 Impacto de las plataformas streaming en el periodismo informativo.....	53
Tabla 6 Interacción por medio de las plataformas streaming.....	55
Tabla 7 Cambio de los modelos en que se transmite la información .....	56
Tabla 8 Tipo de audiencia .....	57
Tabla 9 Ventajas y desventajas de las plataformas streaming.....	58
Tabla 10 Nuevos emprendimientos periodísticos por medio de las plataformas streaming .....	59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Porcentaje de Medios de Comunicación Social en Guayaquil .....	8
Figura 2: Tipo de contenido que consumen los latinoamericanos.....	16
Figura 5: Impacto de las plataformas streaming en el periodismo informativo .....	54
Figura 6: Interacción por medio de las plataformas streaming .....	55
Figura 7: Cambio de los modelos en que se transmite la información.....	56
Figura 8: Tipo de audiencia .....	57
Figura 9: Creación de nuevos emprendimientos periodísticos por medio de las plataformas streaming.....	59

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Medios de Comunicación .....	72
Anexo 2. Modelo de entrevista y encuesta .....	77
Anexo 3. Entrevistas.....	80
Anexo 4. Tablas.....	86

## INTRODUCCIÓN

Las plataformas streaming son la principal alternativa para la construcción de nuevas propuestas multimediales, en el periodismo informativo guayaquileño. Para segmentar el tema de investigación se realizará un estudio de caso y para ello se tomará como referencia el canal VitoTVO, que maneja diferentes redes sociales.

El medio de comunicación digital cuyo slogan es “Canal pionero de streaming en Ecuador” hace de las herramientas y plataformas digitales unas aliadas para la transmisión en vivo de contenido periodístico informativo.

En el poco tiempo que lleva este canal como medio digital presenta cifras representativas de su gestión en relación al número de seguidores, en instagram cuentan con 405.000 seguidores, facebook con 51.265 y finalmente twitter con 42.000 seguidores.

El presente trabajo de investigación se plantea por la necesidad de conocer cómo impactan las nuevas plataformas digitales en el periodismo informativo e identificar cuáles son las nuevas propuestas que se generan a partir de ellas.

Además, se profundizará en la importancia y los beneficios que ofrecen este tipo de elementos audiovisuales como lo es el streaming.

Guayas es la provincia con mayor cantidad de medios de comunicación registrados en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación – Cordicom – Guayaquil por su parte cuenta con 157 medios.

Para fines del estudio se tomó esta ubicación geográfica intentado determinar todos los aspectos que forman parte de esta incidencia y como se construyeron estas nuevas propuestas periodísticas multimediales.

En el capítulo uno se desarrolla la problemática, junto a ello se realiza la formulación del problema, sistematización y objetivos que den fundamento a este trabajo, además se establece el alcance e hipótesis de la investigación.

En el capítulo dos se realizó una fundamentación conceptual, así como teórica sobre el tema de estudio, para ello fue necesario revisar fuentes académicas como lo son: páginas gubernamentales, repositorios, revistas, periódicos, libros, artículos científicos, entre otros.

En el capítulo tres se estableció la estructura metodológica del trabajo investigativo, donde se ha empleado investigación del tipo descriptiva, explicativa, de campo y de estudio de caso.

Además se utilizó un enfoque mixto (cuali – cuantitativo), por medio de entrevistas a profundidad dirigida a representantes del canal streaming Vito TVO, un experto en plataformas digitales streaming y encuestas a los medios de comunicación digitales registrados en el Cordicom.

Para finalizar, en el capítulo cuatro, se detallarán las conclusiones y recomendaciones respectivas sobre los resultados obtenidos de la investigación.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Título

Análisis de las plataformas streaming y su incidencia en la construcción de nuevas propuestas multimedia. Caso de estudio: Vito TVO.

### 1.2 Planteamiento del problema

A nivel mundial se vive un cambio en la forma de consumir información, es decir, los usuarios ya no solo consumen información, sino que además interactúan y son participativos con el medio que las emite.

Las nuevas tecnologías y herramientas digitales favorecen a esto, generando un ecosistema mediático y social, permitiendo que cada día sean más los medios que hacen uso de estas herramientas para transmitir noticias.

Es por esta razón que se toma para el estudio las plataformas Streaming, las cuales toman un valor dentro del mercado de consumo informativo, debido a que la mayor parte de la población las emplean.

Empresas reconocidas en el ámbito digital como Facebook, Google, Twitter y Snapchat sustituyeron poco a poco el rol que ejercen los medios tradicionales periodísticos.

Estas empresas llegaron para controlar los contenidos que el usuario consume, así como establecer los formatos y los tipos de periodismo que triunfan, ante este escenario las organizaciones periodísticas deben de verter sus contenidos en plataformas que pertenecen a terceros.

En la actualidad, el periodismo no es una actividad exclusiva de los medios de comunicación, sino que es una tendencia de consumo de la cual muchos quieren formar parte, para llegar a una cantidad de usuarios increíblemente amplia, donde pueden a través de las plataformas digitales publicar sus contenidos e informar al instante.

En los últimos 20 años, el periodismo denotó tres cambios significativos en sus modelos, estos son: el cambio de lo analógico a lo digital, el surgimiento de la red social y ahora el dominio de los móviles. La tendencia digital no deja de desacelerar y abre nuevas puertas para la difusión de información y el acceso a nuevas regiones.

En la última década, el uso del Streaming o transmisión de los videos tuvo mayor acogida principalmente por el acceso a nuevas tecnologías como teléfonos inteligentes,

tablets, computadoras, entre otros. Además, la penetración de internet incrementa constantemente y por ende el número de usuarios va en ascenso.

La alta demanda generada por los usuarios genera que sean más los medios y personas que se dedican a la creación de contenido para estas plataformas, teniendo en cuenta que este tipo de medios pueden causar un impacto rotundo si la información que se transmite es de relevancia.

Según, el Diario El Cronista (2018), hasta el 2018 existían 401 millones de usuarios streaming a nivel mundial, esto indica un aceleramiento del consumo de las plataformas streaming, debido a que en el 2017 el número de usuarios llegaba a 290 millones.

Cada día son más las personas que acceden a las plataformas digitales, indiferente del lugar donde se encuentren, el uso que le dan puede variar conforme a las necesidades de cada usuario, sin duda las tendencias de consumo presentan aumentos sustanciales.

El periodismo informativo al igual que los otros tipos de periodismo tuvo que adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas. Los periodistas y los medios de comunicación fueron obligados a introducirse en las plataformas streaming con sus propios canales, debido a la masificación de la información.

Con el auge de las plataformas digitales ya no solo basta con crear contenidos para los medios tradicionales, por tal motivo, es necesario que los periodistas se adapten y emprendan un nuevo desafío, que es la comunicación por medio de herramientas multimedia.

La popularidad y aceptación de esta nueva forma de difusión generó que medios de comunicación trasladaran sus operaciones tradicionales a digitales, ya sea usando plataformas de terceros o creando sus propias plataformas para la creación y difusión de contenidos.

Dentro de Europa se adoptaron ciertas medidas con relación al consumo del contenido por parte de los usuarios, por tal motivo se exigió a las plataformas que incluyan un 30% de contenido europeo.

Según, Diario La Nación (2017) en Iberoamérica hasta el 2017 existían 190 plataformas streaming y 300 señales que emiten contenido de este tipo, y cada día se suman más plataformas a nivel mundial, que constituye un incremento significativo en la forma de como los usuarios consumen contenido e información.

En América Latina, el consumo de contenido streaming aumentó en un 15% en relación al 2017, principalmente, porque existen más empresas dedicadas a ofertar

servicios por medio de estas plataformas, y por qué además los usuarios están más asiduos a este tipo de consumo (USAstreams, 2018).

En Ecuador también se registra un alza en el consumo de plataformas digitales. De acuerdo con el Diario El Telégrafo (2018), los videos bajo demanda o streaming video tienen una gran acogida en el país, de manera que la tendencia de consumo de este tipo va ganando terreno en comparación con los medios tradicionales.

Esto se debe al acceso que tienen los usuarios a las TIC que se desarrollaron con celeridad dentro del país, cada vez son más los usuarios que hacen uso del streaming para visualizar contenidos de su interés, dejando de lado el consumir medios tradicionales como los impresos, televisión y radio.

Las plataformas streaming abren un campo de acción no solo para los actuales medios de comunicación, sino que permiten que personas naturales creen contenidos y noticias, tal es la acogida que en la actualidad se observa en la red un sin número de personas y empresas dedicadas a esto, denominados instagramers, youtubers, bloggers, entre otros.

Por otro lado las empresas en Ecuador también optan por esta vía, tal es el caso de empresas como CNT con su producto CNT Play, Directv con Directv On Demand, Tv Cable con Tv Cable Play, Claro con Claro Play, entre otras.

La demanda actual de contenidos por parte de los usuarios es alta, la principal forma de competir con ello es por medio de la creación de contenidos, que aporten al consumidor, y que agreguen valor.

Para esta investigación se tomó como caso de estudio al canal digital “VitoTVO”, considerado como el primer canal digital en el país de vía online, el mismo que cuenta con una variedad de programas que engloba noticias de actualidad, deporte y entretenimiento.

El canal streaming tiene como objetivo transformar la comunicación a través de las herramientas y plataformas tecnológicas, permitiendo que el acceso a la información sea más fácil y sencilla para los usuarios.

Es importante señalar que los medios de comunicación como es el caso de VitoTVO deben de percibir una ganancia por los servicios que brinda, ya sea por medio de publicidad pautaada dentro del canal o por suscripciones al canal.

Por esta razón es fundamental que el medio de comunicación busque el desarrollo de nuevas estrategias y propuestas periodísticas que atraigan la atención de los usuarios,

además de invertir en la creación de contenidos coherentes, con información veraz y fresca.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cómo cambiaron los modelos en que se transmite la información periodística con el uso de las plataformas Streaming?

### **1.4 Sistematización del problema**

- ¿Cuáles son las bases teóricas que dan fundamento al proyecto objeto de estudio?
- ¿Cómo se llevan a cabo las nuevas propuestas multimedias en las plataformas Streaming?
- ¿De qué forma se da la interacción por medio de las plataformas Streaming?
- ¿Qué tipo de audiencia consume información periodística por medio de las plataformas Streaming y cómo hacen uso de ellas?
- ¿Qué ventajas y desventajas se presentan para los medios de comunicación en las plataformas streaming?
- ¿Qué tan factible es crear un medio de comunicación en plataformas streaming?

### **1.5 Objetivo General**

Analizar la incidencia que tienen las plataformas streaming para la construcción de nuevas propuestas multimedias en el periodismo informativo guayaquileño.

### **1.6 Objetivos Específicos**

- Determinar las bases teóricas que fundamentan el proyecto.
- Definir las nuevas propuestas multimedias que se desarrollan en el medio periodístico informativo de la ciudad de Guayaquil.
- Identificar el tipo de audiencia y usabilidad de las plataformas streaming para el consumo de información periodística.
- Establecer la interacción que se lleva a cabo por medio de las plataformas streaming.
- Evaluar las ventajas y desventajas de los medios de comunicación en plataformas streaming.
- Analizar la factibilidad de creación de un medio de comunicación en plataforma streaming.

## **1.7 Justificación de la Investigación**

Las nuevas tecnologías cambian la forma en que se produce y se consume la información; por ello es necesario que los medios de comunicación, así como periodistas asuman los retos que implican estas nuevas tendencias digitales.

Ahí radica la importancia del proyecto, donde se analizará como las plataformas streaming permiten que se generen nuevas propuestas multimedia para el periodismo informativo, en la ciudad de Guayaquil. El medio de comunicación a estudiar será el Canal Vito TVO.

Las plataformas streaming surgieron para cambiar la forma de comunicar los sucesos que se presentan día a día, traspasando fronteras que antes eran muy difíciles de considerar con los medios tradicionales como la televisión, la radio y el impreso.

Por ello, no hay tiempo para que el periodismo se estanque, sino para que evolucione y se adapte al nuevo mercado que es el tecnológico.

El streaming presenta varios beneficios para los medios de comunicación, entre los que destacan:

- Informar en tiempo real sobre los acontecimientos que se presentan.
- Comunicación permanente con los usuarios.
- El costo es mínimo, ya que se emplea la tecnología existente por medio de softwares libres.
- Fácil manejo, así como vincula el audio y el video.
- Posibilita el albergar en sus plataformas grandes volúmenes de contenido.
- Capacidad de llegar a una gran cantidad de usuarios no solo a nivel nacional.
- Puede ser compartido por los usuarios en sus diferentes plataformas.
- Retroalimentación del contenido emitido.
- Posibilita captar a nuevos clientes.
- Interacción en vivo con los usuarios, comunicación multidireccional.
- Capacidad de ofrecer contenido no solo en directo sino también en diferido.

En la página web del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom, 2018) consta que “los resultados del Registro Público de Medios hasta el año 2018, indican que las provincias de Pichincha con 16,34% y Guayas con el 18,22% concentran la mayor cantidad de medios de comunicación social registrados”.

La provincia del Guayas cuenta con 213 sobre un total de 1169 medios de comunicación registrados de todo el Ecuador, Guayaquil perteneciente a esta provincia es una de las principales y más reconocidas del país teniendo 157 medios, estos se dividen en: 67 impresos, 61 radios, 16 televisión y 13 portales informativos de internet (ver figura 1)

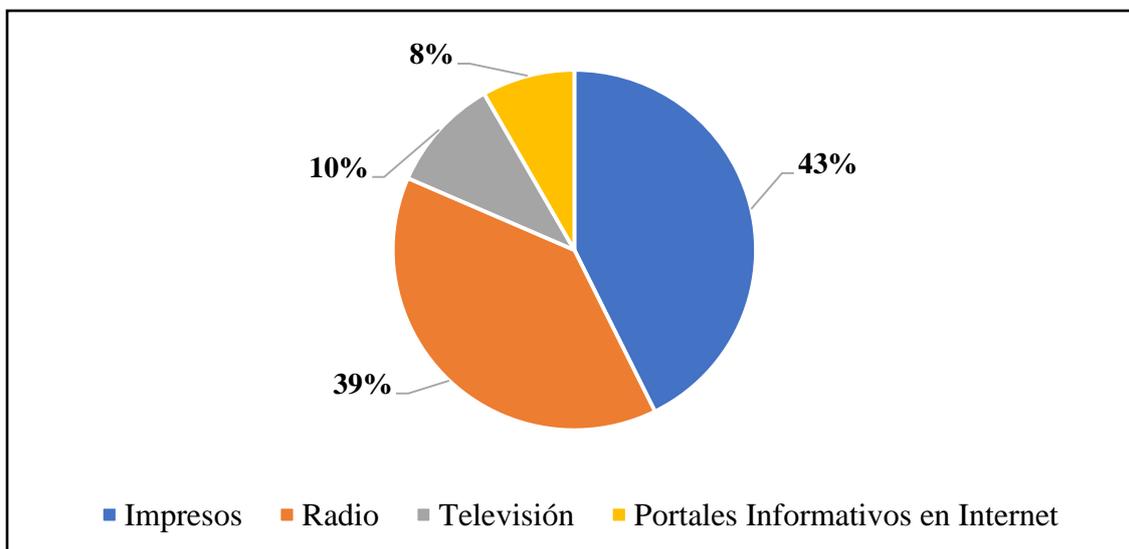


Figura 1: Porcentaje de Medios de Comunicación Social en Guayaquil

Fuente: Cordicom (2018).

Elaborado por: Vélez, Albán, B (2018).

Es importante mencionar que existen otros medios que realizan labores informativas por medio del streaming, pero que no aparecen registrados en el Cordicom.

El canal Vito TVO es un medio de comunicación privado y forma parte de los portales informativos de internet de Guayaquil. Se encuentra registrado en el Cordicom bajo la razón social OMU&NETWORK S.A., nombre comercial OMUNETWORK, nombre del medio VITOTVO.

Este proyecto tiene como beneficio el proveer información relevante y actualizada sobre los medios de difusión streaming de Guayaquil, además de que esta sirva para el desarrollo de futuras líneas de investigación, así como de base o fundamento de cómo se desarrollan las nuevas propuestas multimedias en plataformas streaming.

## **1.8 Delimitación o alcance de la investigación**

### **1.8.1 Alcance.**

La investigación que se llevará a cabo tendrá como foco de estudio las plataformas streaming, para el periodismo informativo de la ciudad de Guayaquil, Caso de estudio: VitoTVO.

### ***1.8.1.1 Delimitación temporal.***

Este estudio tendrá una duración de 6 meses, teniendo en cuenta que empezará en septiembre del 2018 y terminará en febrero del 2019.

### ***1.8.1.2 Delimitación geográfica.***

El estudio será realizado en la ciudad de Guayaquil.

## **1.9 Idea a Defender**

Las plataformas Streaming permiten que el periodismo pueda contar y presentar la información de una forma diferente, generando la construcción de nuevas propuestas multimedias.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Marco Referencial**

Los avances tecnológicos provocan que la forma de consumir la información se modifique, esto a su vez ocasiona que tanto medios de comunicación como periodistas deban adaptarse a las nuevas tendencias de consumo y crear contenidos elocuentes para los usuarios digitales.

El presente estudio se enfoca en el uso de Streaming (transmisión por secuencias) por parte de los medios de comunicación del Ecuador, por tal motivo se consideran estudios que permiten tener una mejor perspectiva del tema a seguir y plantear las directrices adecuadas que conlleven a la idea a defender planteada. Rivera (2013) afirma: “El creciente acceso a internet y la rápida adopción de nuevas tecnologías en Ecuador modifican muchos aspectos de la vida cotidiana. La comunicación, el entretenimiento, pero sobre todo el acceso a la información son aspectos que presentan modificaciones importantes” (p.113).

Uno de los aspectos principales que ocurrió en el país, fue el acceso a las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), esto permitió que se pueda tener mayor acceso al internet, así mismo causó que el consumo de información aumente en medios digitales y se reduzca el consumo de medios tradicionales.

Con el paso de los años, los medios se vieron obligados a diversificar su concepto de negocio y buscar las plataformas digitales para llegar a su público objetivo, esta tendencia también generó que se sumen medios nativos digitales con nuevas propuestas, todo esto es el resultado de que el consumo digital está en aumento a nivel mundial.

La vida cotidiana de las personas se modificó con la aparición de las TIC, esto es una tendencia en aumento, ya no solo se habla de personas de la nueva generación que hacen uso de esta tecnología, personas mayores también las utilizan, ya que, para estar al tanto de las noticias se debe estar presente en alguna de las plataformas digitales existentes.

El uso de Streaming no es nuevo, tan solo es algo que toma valor a medida que la tecnología avanza, la misma que permite que sean más las plataformas y herramientas que se pueden utilizar.

Según Intriago (2016), se puede definir el Streaming como “el envío de datos, usualmente audio y video, de modo que permita comenzar su procesamiento antes de

ser recibido. Un ejemplo pueden ser los videoclips insertados en las páginas web” (p.17).

En la actualidad son muchos los medios de comunicación que emplean el streaming para emitir contenidos noticiosos, la importancia que tienen radica en que se pueden consumir de forma instantánea por medio de cualquier dispositivos electrónico y que ofrece un sin número de beneficios tanto para los medios como para los usuarios.

De acuerdo con un estudio realizado por la empresa USAstreams (2018), el consumo de contenido online en Latinoamérica y en el mundo aumento, asimismo se redujo el consumo de sistemas tradicionales como la televisión y la radio, los dispositivos más empleados son los teléfonos y las tablets, Ecuador posee un consumo de 54%. (ver tabla 1).

El contenido Streaming está siendo cada vez más consumido y preferido por los usuarios, año a año esta cifra aumenta, en efecto los usuarios deciden la forma de consumir la información, ya no esperan a leer, escuchar o ver las noticias, sino que más bien buscan el medio para acceder a ellas en el instante.

Ante la situación planteada los medios tradicionales, así como los nuevos medios digitales apuntan a la creación de contenido en estas plataformas, que les permitan llegar a estos usuarios potenciales y captar su atención.

**Tabla 1**

*Porcentaje de usuarios que consumen streaming por país 2018*

PAÍS	PORCENTAJE
España	74%
Estados Unidos	70%
Brasil	65%
Chile	64%
Argentina	62%
Perú	62%
México	60%
Colombia	55%
Ecuador	54%
Venezuela	46%

Fuente: USAstreams (2018).

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

De acuerdo al libro titulado “Periodismo innovador en América Latina”, publicado por Knight Center (2017), menciona que “mientras muchos sitios latinoamericanos mudaban sus transmisiones en tiempo real a Facebook Live, un medio venezolano decidió no seguir esta tendencia: Efecto Cocuyo” (p.1).

Cocuyo es un medio independiente que salió a la luz en el 2015 ante la necesidad de combatir el bloqueo informativo existente en Venezuela. Periscope es una herramienta para transmitir contenido en vivo por medio de la red social twitter, fue lanzado en el 2015.

Cocuyo aprovechó la oportunidad de utilizar esta herramienta sin siquiera tener una página web, por lo que pudo consolidarse en twitter y ganar audiencia. El principal uso que le dio Cocuyo a esta herramienta fue para hacer transmisiones sencillas de enfrentamientos, protestas y eventos de carácter político.

La inversión que utilizó fue muy baja (smartphones y planes de datos 4G), es considerado un pionero, al ser el primer medio de comunicación en América Latina en utilizar Periscope para la transmisión de contenido en vivo.

La principal interrogante que recae sobre el tema de la creación de contenido Streaming, es si estas compiten a nivel internacional o si tan solo cumplen con los parámetros básicos.

Punín, Martínez y Rencoret (2014), mencionan al respecto lo siguiente “los medios ecuatorianos, en general, prefieren apostar por copias de programas producidos en el extranjero antes que aventurarse a probar ideas propias” (p.201).

En la actualidad es muy importante la calidad del contenido que se transmite, la veracidad y credibilidad de la información, debido a que los usuarios juegan un papel muy importante y son en la mayor parte de los casos quienes sirven como prosumidores de la información.

Es fundamental que los periodistas y los medios de comunicación tengan la seriedad suficiente para verificar la información y crear contenido que sea de valor para el usuario final, buscando diferenciarse y aportar con nuevas propuestas periodísticas que causen una mayor interacción, así como una mayor acogida.

Los medios nativos digitales son quienes apuestan por nuevas propuestas en la mayor parte de los casos, esto tal vez se deba a que tienen mucho menos que perder que los grandes medios que dominaron por tantos años la comunicación en el país.

Sin embargo, en la actualidad el mercado es mucho más competitivo y si no se utilizan las estrategias correctas puede generar grandes pérdidas para los medios comunicacionales.

En esta nueva era los usuarios llegan a tomar un papel representativo en la comunicación de la información, a juicio de Tofler (citado por Odriozola y Marqués, 2017):

La aparición, en el contexto social actual, de una tecnocultura basada en la digitalización de contenidos, con la disponibilidad para acceder a ellos de manera instantánea y permanente, gracias al desarrollo de conectividades cada vez más rápidas y potentes, y la posibilidad de cada persona de ser a la vez receptor y emisor, de ser productor y consumidor (p.232).

Ante la situación planteada los prosumidores son más exigentes en el contenido de información que emiten los medios de comunicación, actuando constantemente. Los medios deben tener la capacidad para interactuar con ellos al instante, así como crear contenido de importancia y valor para ellos.

Las nuevas tendencias digitales apuntan a que estos prosumidores sirvan como enlace para llegar a nuevas audiencias. Hoy en día son muchos los prosumidores que crean contenido y que están enterados de todo el contexto social del país y del mundo, son personas preparadas y con acceso a todo tipo de información.

Los medios deben apuntar a que sus contenidos generen que estos hablen bien de ellos y los compartan con los consumidores que en muchas de las ocasiones son influenciados por estos prosumidores.

Para contextualizar todo lo antes mencionado, se puede decir que las nuevas tendencias de consumo digital se encuentran en aumento constante al igual que las TIC, los medios de comunicación deben apuntar a crear nuevas propuestas periodísticas, teniendo en cuenta el rol fundamental que tienen los prosumidores.

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1 Plataformas Streaming.**

#### **2.2.1.1 Historia del Streaming.**

El streaming no surgió de la noche a la mañana, fue necesario de otros elementos que den pie a su creación, estos elementos son claves en la historia de la comunicación y en la forma como en la actualidad se consume esta.

Estos elementos son los siguientes: ordenadores capaces de reproducir y albergar contenido, red virtual en internet que permita transmitir contenido en multicast; y portales web que permiten que los usuarios puedan disfrutar del contenido streaming.

Con el pasar de los años el streaming tomó valor tanto para los usuarios como para los medios que lo transmiten, sin embargo, hace un par de décadas atrás este tipo de tecnología solo era un sueño poco posible por los costos que representaban y la lentitud del internet en ese tiempo. Barria y Hales (2013), manifiestan:

Esta tecnología nació en el año 1995 junto con la aparición de *RealAudio* 1.0, un formato que permite justamente reproducir el audio en tiempo real; pero no se hizo popular sino hasta el año 2000 cuando el ancho de banda se hizo lo suficientemente barato y rápido para gran parte de la población (p.3).

Antes de que se pudiera hacer uso de esta tecnología los usuarios tenían que descargarse el archivo completo a su disco duro para la reproducción del contenido multimedia, esto generaba que este proceso sea demasiado lento, ya que, los archivos multimedias eran de gran tamaño.

En 1997 RealNetworks lanza al mercado el primer sistema de reproducción de video en streaming Real Player, algo innovador para esa época, pese a ello no se podía llevar a cabo hasta que la conexión a internet mejorara.

Es recién a partir del año 2000 donde existió una revolución tecnológica y las conexiones, es así como el acceso a internet mejoró, permitiendo que sea posible la reproducción streaming (Shooowit, 2016).

En la actualidad son muchas las empresas, así como medios de comunicación que hacen uso de esta tecnología para la transmisión de contenido tanto en directo como en diferido, definitivamente el uso de streaming revolucionó el consumo de contenido audiovisual. Solís, Magaña y Muñoz (2016) mencionan:

En los últimos años, el video se ha convertido en el principal formato de difusión, gracias al aumento a nivel global de la conexión a internet, a la mayor capacidad tecnológica de los dispositivos móviles para grabar y editarla, la introducción de características para consumo de video en plataformas tan populares como Facebook o Twitter, a la aparición de Periscope y al crecimiento de Vine e Instagram (p.7).

Cada día son más las herramientas que permiten hacer uso de este tipo de tecnologías, puesto que, la tecnología condiciona la forma en que el usuario recibe e interactúa con la información. Debido al crecimiento de las tecnologías es que los usuarios son más asiduos al consumo de información al instante.

Las redes sociales incentivan a la participación de estos, incrementando las cifras de consumo, empresas y medios optan por formar parte de esta revolución tecnológica y de la información. Mancebo (2016) indica:

El consumo de vídeo online cada vez goza de mayor importancia. Es otra de las tendencias en redes sociales. Los formatos de vídeo reducidos, aquellos que pueden ser consumidos rápidamente desde el Smartphone son los que más éxito

están experimentando. Los medios apuestan por esta vía ya que el formato audiovisual arrastra un gran número de seguidores (p.327).

El streaming video permite que los medios de comunicación lleguen a más usuarios, de la misma forma que genera engagement social, es decir, que a través del uso de esta tecnologías se superan las barreras geográficas, así como se rompen aspectos de altas inversiones de capital para alcanzar cierto número de usuarios.

El internet permite aprovechar el sin número de opciones y vías ya sean de pago o gratuitas para la creación de contenido streaming, empleando redes sociales reconocidas o plataformas especializadas para adjuntas contenido a sus páginas web.

#### ***2.2.1.2 Streaming en Latinoamérica.***

Con base al estudio realizado por la empresa USAstreams (2018), sobre las estadísticas latinoamericanas de consumo de streaming menciona lo siguiente:

Más de la mitad de los usuarios de radio lo hacen por streaming y el 70% de los menores de 30 años latino solo consumen contenidos por la vía de streaming en YouTube, Netflix, Spotify, Amazon y las distintas plataformas online. Su crecimiento es de un 15% con respecto al año pasado. Entre la población mayor de 50 años no se aprecia un aumento significativo y solamente un 40% consume contenidos por streaming regularmente (p.1).

Además, menciona que el 90% de los canales de televisión también ofrecen contenido en línea, y el 55% bajo demanda. El uso de plataformas streaming en la actualidad es una tendencia en alza, son cada vez más las instituciones comunicacionales que apuntan por este tipo de tecnología.

Esto repercute directamente en los objetivos que se disponen a alcanzar, los medios periodísticos no se quedan atrás, puesto que la tecnología comunicacional está en aumento y de no adaptarse implicaría desaparecer del mercado periodístico.

De acuerdo a un estudio realizado por la empresa de investigación de marketing en internet ComScore (2015), sobre el consumo de streaming en Latinoamérica menciona los siguientes datos relevantes:

- Son aproximadamente 138 millones de usuarios en Latinoamérica conectados a internet, de estos el 87% miran videos en línea.
- Son más las personas que miran videos “On Demand” que la televisión abierta.
- Miran un total de 13,2 horas viendo videos digitales.

- El dispositivo preferido para mirar contenido digital es el smartphone, 4 de cada 5 usuarios miran video en sus celulares.
- Pasan la misma cantidad de tiempo mirando videos en smartphones que en la televisión.
- El 36% de los Latinoamericanos miran video fuera de sus hogares, mientras que el 14% lo hacen durante un viaje.
- El 56% de la audiencia que ven videos son millenials.
- Los smartphones superan a los demás dispositivos electrónicos.
- Las laptops son las principales computadoras utilizadas.
- Existe una alta penetración de los smarttv.
- Dedican una gran cantidad de tiempo al internet, esto representa el 44%.
- Las plataformas que ofertan contenido en formato corto captan la atención de más espectadores.
- Las redes sociales están creciendo rápidamente como fuentes de video en la región.
- Uno de cada tres usuarios mira contenido con streaming en vivo, el contenido más visto son películas series y videos musicales. (ver figura 2)

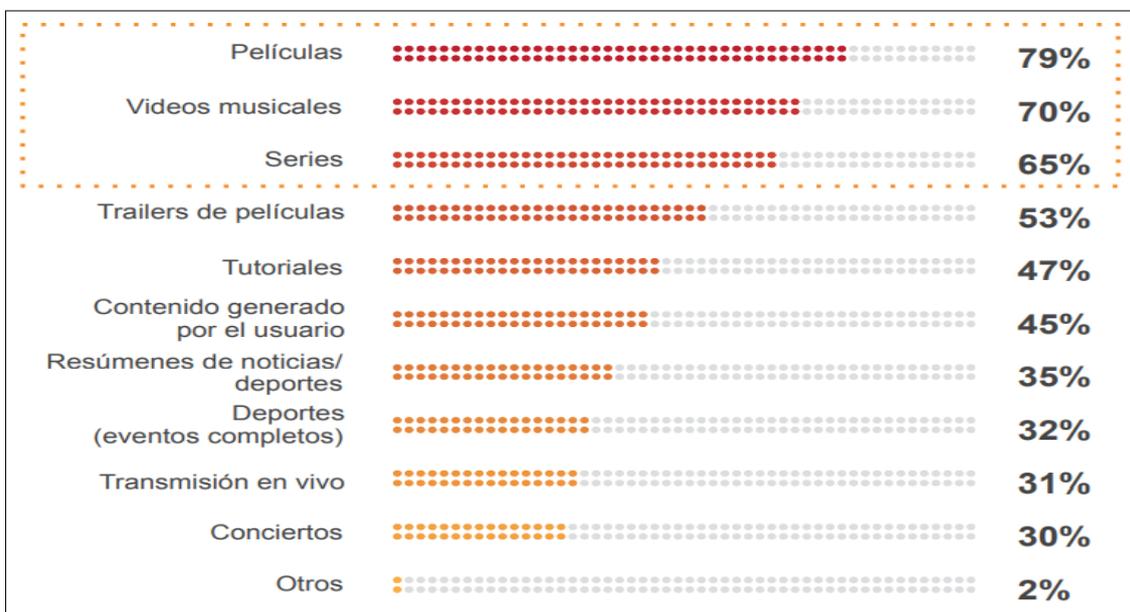


Figura 2: Tipo de contenido que consumen los latinoamericanos

Fuente: ComScore (2015).

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

### ***2.2.1.3 Streaming en Ecuador.***

El consumo digital en el país denota cambios de gran relevancia, desde el consumo de medios digitales hasta el comportamiento que presentan los usuarios con los mismos, permitiendo que existe una interacción que va más allá del emisor y receptor.

Cada día se suman más las personas que hacen uso del contenido streaming en las plataformas digitales en Ecuador (Diario América Retail, 2018).

Según Interactive Advertising Bureau (2017), existe un incremento en el consumo de streaming en el país, debido al uso de plataformas de video streaming, por lo general los ecuatorianos prefieren escuchar música (76%), ver videos musicales (69%), ver películas o series (58%).

Por otro lado, la mayor parte de los usuarios que ven videos en linea lo hacen por medio de sus smartphome en un 46%, mientras que tan solo el 16% lo utilizan desde su computadora.

Un dato relevante a considerar es que solo el 17% de los usuarios emplea alguna plataforma streaming para transmitir contenido, el grupo que más transmite videos son los que tienen entre 24 y 34 años con el 28%.

Gracias a las medidas implementadas por el Gobierno de turno a partir del 2007 se incrementaron las Tecnologías de la Información y Comunicación, hasta esa época el ancho de banda no superaba el 0,7%, siendo considerado el segundo país dentro de Latinoamérica en tener el peor servicio de internet.

Fue a partir de estas medidas que se incrementaron estos niveles de banda ancha de internet, convirtiendo a Ecuador en el segundo país dentro de la región con mayor crecimiento tecnológico, y esto conlleva a la reducción de los costos para acceder a esta tecnología por parte de los usuarios (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del Ecuador, 2015).

Es debido a estas razones que tanto usuarios como instituciones se benefician, permitiendo adquirir nuevas tecnologías y acceder a ellas a un costo razonable, la mayor parte del país cuenta con acceso a internet, existen zonas libres para el consumo por medidas aplicadas por municipios o instituciones.

Día a día la tecnología evoluciona y es imperativo que las organizaciones estén dispuestas a adaptarse, ya que para llegar a los consumidores de la información es necesario en la actualidad hacer uso de las principales plataformas digitales, que van a permitir acrecentar el nivel de consumo.

Los medios de comunicación en el país poco a poco comprenden este nuevo campo, desde la aparición del periodismo digital hasta el uso de tecnología de streaming, un ejemplo de ello es la transmisión en vivo de cualquier suceso noticioso, aprovechando al máximo las herramientas disponibles y llegando así cada vez a más usuarios.

A continuación se presentan los medios que se encuentran registrados en el Cordicom como portales informativos.

**Tabla 2**  
*Portales informativos en Internet, Guayaquil 2018*

Nº	NOMBRE DEL MEDIO	SERVICIO	TIPO DE MEDIO
1	Pixel Radio	Portales Informativos	Privado
2	Diario La Nación	Portales Informativos	Privado
3	Página Web-Revista Vive	Portales Informativos	Privado
4	Vito TVO	Portales Informativos	Privado
5	Ecuador News	Portales Informativos	Privado
6	Ecuador En Directo	Portales Informativos	Privado
7	Mi Ñaño Tv	Portales Informativos	Privado
8	Max Tv Online	Portales Informativos	Privado
9	Wilar Radio Online	Portales Informativos	Privado
10	Mariela Tv	Portales Informativos	Privado
11	La República	Portales Informativos	Privado
12	El Financiero Digital	Portales Informativos	Privado
13	El Universo	Portales Informativos	Privado

Fuente: Cordicom (2018).

Elaborado por : Vélez Albán, B (2018).

#### **2.2.1.4 Concepto de Streaming.**

El Instituto Internacional Español de Marketing Digital (IIEMD, 2018), define al Streaming de la siguiente manera:

Es un servicio multimedia prestado en tiempo real por un proveedor que tiene como destino un consumidor final, así mismo, streaming hace referencia al proceso de transmitir todo tipo información de esta manera; es decir, al método empleado para llegar al usuario, no a la acción como tal; esta modalidad sirve, por ejemplo, como alternativa a la descarga de archivo (p.1).

Por otro lado, Rouse (citado por García Alejandro, Parra Terán y Miño, 2015), manifiesta la siguiente definición:

El video streaming es un contenido comprimido y distribuido por pequeños paquetes hasta el usuario final, de esta manera el usuario no tiene que esperar a

bajarse todo el video para visualizarlo, el contenido se va visualizando mientras va llegando a la computadora del usuario (p.3).

El Streaming genera que los procesos comunicacionales por parte de los medios de comunicación se innoven, con las plataformas digitales el alcance de la información era basto, pero con el uso de las plataformas streaming se incrementa, porque permite el contacto en tiempo real con los usuarios que están asiduos a este tipo de entretenimiento informativo.

En la actualidad, ya no es necesario esperar horas para conocer las últimas noticias, solo es necesario tener un dispositivo electrónico y acceso a internet, e inmediatamente se puede conectar con las últimas noticias no solo nacionales sino internacionales.

Este aspecto presenta un valor agregado, ya que, implica que a mayor contenido generado este capte el interés del usuario y sea mayor el número de usuarios que accedan a esta información.

En internet la información puede volverse viral en cuestión de segundos, los usuarios que en la actualidad son productores y consumidores de la información sirven como enlace para que la información llegue a destinos que en años anteriores era difícil de llegar para los medios de comunicación.

El streaming año a año, tiene más valor y es sin duda una forma de consumir contenido periodístico, cada día son más las fuentes y medios de donde procede la información, la parte fundamental es ofrecer contenido fresco, serio y con información real, aunque existen medios que no lo hacen y terminan desinformando al usuario.

#### ***2.2.1.5 Importancia del Streaming.***

Las personas en la actualidad ya no esperan para consumir la información, porque a través de las plataformas digitales están al tanto en todo momento de lo que ocurre alrededor del mundo, solo basta con tener un dispositivo electrónico y acceso a internet para acceder a la información (Herrero, 2017).

Con el impacto de las nuevas tecnologías existe una población cada vez más informada, la misma que es más exigente en el tipo de contenido que quiere consumir, las empresas, instituciones y medios de comunicación apuntan también por estar presentes en este tipo de plataformas tecnológicas.

Según Barria y Hales (2013), el streaming tiene gran popularidad a nivel mundial, ofreciendo contenido audiovisual de calidad en tiempo real y con un nivel de interacción alto.

Los medios periodísticos están conscientes de esta nueva tendencia y el alcance que pueden llegar a tener usando el streaming, además del bajo costo de emplearlo si se emplean plataformas sin costo como lo son las principales redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.

El streaming le agrega valor al tipo de contenido periodístico que se busca emitir, antes del streaming se empleaba el uso de elementos audiovisuales como fotos, audios, videos, pero con la llegada del streaming se puede transmitir en el momento lo que acontece, esto a su vez, puede generar altos picos de consumo para los medios.

#### ***2.2.1.6 Beneficios del Streaming.***

Según la empresa digital Ruta Networking (2018), los beneficios que ofrece el streaming son varios, entre ellos los más importantes son:

- **Transparencia e interacción:** El streaming brinda un significado de cercanía, apertura y universalidad llegando a cautivar a la mayor parte de las audiencias. A través de las redes sociales y las diversas plataformas que alojan este tipo de tecnología se permite al usuario a conectarse con el medio que emita contenido periodístico e interacción, además que se agrega valor al contenido considerando que se transmite al momento evitando cualquier edición y manipulación del contenido.
- **Monitorización de datos:** Por medio de las transmisiones streaming se puede analizar una gran cantidad de datos, entre ellos están: comentarios, me gusta, frases tanto positivos como negativos, crecimiento de seguidores, peticiones. Todo esto va a servir para que el medio periodístico pueda aplicar mejoras y desarrollar contenido de acuerdo a las exigencias de las audiencias.
- **Ahorro de costes:** Uno de los aspectos más importantes es el ahorro que se tiene al evitar costosas transmisiones televisivas, puesto que, al realizar las transmisiones streaming no se necesita más que personal capacitado, dispositivos electrónicos y conexión a internet. Otro punto para considerar es que permite que ya no solo las empresas con grandes capitales puedan emitir transmisiones, sino que las pequeñas y medianas empresas hagan uso de esto y lleguen a grandes audiencias. Por medio del streaming se pueden transmitir eventos, conferencias, presentaciones, promociones, anuncios, noticias, entrevistas, entre otros.

- **Creatividad:** A partir de una secuencia en tiempo real se puede obtener grandes beneficios, es decir, contenido streaming que aporte a las redes sociales y plataformas web, además de aprovechar esos espacios para integrar banners publicitarios, anuncios y hasta poder contactar a los seguidores para que vean nuevas transmisiones streaming.
- **Disponibilidad:** Se puede ofrecer contenido tanto en directo en diferido, de tal manera que se permite satisfacer las exigencias de todos los usuarios, los mismos que podrán acceder al contenido en el momento que consideren adecuado.
- **Monetizar el contenido:** Los medios pueden aprovechar la transmisión de contenido streaming para colocar anuncios, banners y todo el tipo de publicidad que consideren pertinente, a fin de obtener dividendos de las operaciones realizadas, puesto que una de las principales vías para generar ingresos en plataformas digitales es por medio de las publicidades.
- **Romper barreras geográficas:** Un aspecto muy valorado por las empresas y medios periodísticos es el poder llegar a grandes audiencias, no solo en la región sino también en otras regiones.

#### ***2.2.1.6 Desventajas del Streaming.***

De acuerdo con la empresa productora audiovisual (Yumagic, 2016), las principales desventajas que tiene el streaming son:

- Es indispensable contar con una buena conexión a internet.
- El ancho de banda que se requiere para hacer uso de streaming debe ser superior a 28,8 kbps.
- A medida que vayan aumentando el número de usuarios que visualicen el contenido streaming, también debe aumentar el ancho de banda.
- La planificación del contenido streaming debe ajustarse al tiempo de ocio de las audiencias para no invadir en momentos inadecuados.
- El uso de las plataformas streaming que no son de pago no son configurables y esto puede recaer en que posea muy baja calidad.
- La señal es abierta al público, por lo tanto, no puede restringirse el acceso.
- No existe soporte técnico en caso de que la señal de la plataforma streaming se caiga y el video no se haya podido transmitir al instante.

### **2.2.1.7 Tipos de Streaming.**

Para Intriago (2016), se debe tener en cuenta dentro del streaming los tipos de transmisión, estos son:

- **Streaming Tradicional (descarga y reproducción):** Es una de las vías de más fácil uso para transmitir videos, ya que el usuario puede acceder a ellos y descargarlos para reproducirlos o verlos en su dispositivo electrónico, uno de los problemas de este tipo es que los archivos pueden ser demasiados pesados.
- **Video Streaming (Presentación de video en vivo):** Este tipo de presentación permite que el usuario pueda visualizar el video de forma inmediata una vez que se vaya descargando el contenido, para ello es necesario contar con una transmisión constante de información, las ventajas que presenta es que se puede transmitir en vivo por medio del internet y de plataformas de alojamiento de Streaming.
- **Descarga Progresiva (http pseudo streaming):** En este método el video se descarga y comienza a reproducirse automáticamente conforme se recibe simulando el streaming real, pero sin todas sus ventajas. No necesita la aplicación de protocolos especiales, pero necesita que se defina un formato que será procesado basado en el contenido parcial que se tiene.

### **2.2.1.8 Tecnología.**

Herreros (citado por Ruano, 2013) señala que “las empresas se convierten en factorías de producción de contenidos para distribuirlos por todos los canales que estén a su alcance. El objetivo de las empresas es empaquetar los contenidos producidos en cualquier sistema de difusión, explotar las distintas plataformas” (p.3).

El deber que tienen los medios en la actualidad es aprovechar cada una de las plataformas disponibles, entre ellas están las plataformas streaming que ofrecen un sin número de beneficios, en la medida que las tecnologías avanzan los medios deben adaptarse y acogerse a estas nuevas formas de difusión de información.

Intriago (2016) menciona que los archivos que se emplean para el uso de streaming presentan las siguientes características:

- **Tamaño de Fotograma:** Es el tamaño de un único fotograma de video, se mide en pixeles. Mientras más grande es el fotograma mayor ancho de banda necesitará su transmisión y mejor calidad.

- **Relación de Aspecto:** La relación del ancho por la altura de la imagen, siendo la más común para la Alta Definición 16:9.
- **Velocidad de Fotogramas:** La velocidad a la que se captura y envía los fotogramas. Las más comunes son: 15fps (para capturas de pantalla casi sin percepción de pérdidas por parte del ojo humano), 24fps, 25fps, 29.97fps y 60fps, estas últimas se usan sobre todo en temas de identificación.
- **Tasa de Bits:** La cantidad de bits transmitidos en un espacio de tiempo determinado. Se considera en promedio una combinación de los flujos de video y audio, y está directamente relacionada con la calidad del video.
- **Frecuencia de Muestreo de Audio:** Frecuencia con la que se muestra un archivo de audio cuando se convierte de analógico al digital.

Para saber cómo funciona Streaming, primero se debe de comprender un poco los componentes básicos de un sistema Streaming (Barria & Hales, 2013).

- **Codecs:** son archivos residentes en el Host cliente que interpretan el contenido multimedia y hacen posible su reproducción.
- **Protocolos:** HTTP, RTSP, RTP, RTCP, TCP, UDP. Siendo los protocolos UDP, RTSP (Real Time Transfer Protocol) los más importantes, ya que permiten la entrega de paquetes de datos desde el servidor al cliente sea con una velocidad mucho mayor que con los protocolos HTTP y TCP (aplicaciones tolerante a pérdidas).
- **Precarga:** el cliente precarga o almacena el archivo multimedia en un buffer de datos antes de reproducirlo, con el fin de evitar interrupciones y mala calidad de reproducción debido a la congestión de la red (Lag).
- **Red de datos:** Si un determinado contenido comienza a atraer una cantidad de usuarios mayor que su capacidad de Ancho de Banda estos usuarios sufrirán interrupciones (también conocido como Lag). Finalmente, se llega a un punto en que la calidad del Stream es pésima.
- **Segmentación:** la información multimedia es segmentada, para luego ser enviada como paquetes a la red los cuales el cliente recibe y reproduce inmediatamente.

### ***2.2.1.9 Funcionamiento del streaming.***

Según García, Parra y Miño (2015) la tecnología streaming funciona de la siguiente manera:

1. Un usuario accede a una página de internet donde se ofrece sólo audio o audio y video, esta página está alojada en un servidor que sabe cuál es el contenido a visualizar en el streaming.
2. El servidor de la página solicita los archivos de audio y video al servidor de contenido el cual los aloja físicamente.
3. El servidor de contenido divide el archivo en varios paquetes de distintas calidades para su distribución a los players donde se solicita el streaming; usualmente pasa directamente al player del usuario final sin intervención de algún otro programa o página de internet.
4. La computadora del usuario recibe los pequeños paquetes de datos y los va reproduciendo, usando la tecnología Flash Player y el archivo original no necesita ser descargado completamente ya que los paquetes de datos que van llegando se alojan, se reproducen y se eliminan automáticamente

#### ***2.2.1.10 Aplicaciones para streaming.***

En los últimos años surgieron nuevas aplicaciones que ofrecen la información de modo diferente a los formatos tradicionales. Por esta razón, parecería que se asiste a una época de periodismo distribuido en redes sociales, porque el consumo de información actualmente está dominado por las plataformas tanto digitales como móviles.

Las aplicaciones de mayor relevancia para realizar streaming son: Stringewire, Bambuser, Qik, Scribble Live, Covertl Live, Social Cam y Xtreamer.

- Stringewire: Es una aplicación para realizar video streaming, esta apunta a que se realice un periodismo más humanizado, del tipo ciudadano, incluye múltiples opciones que permiten verificar el contenido en tiempo real.
- Bambuser: Es una aplicación que permite por medio de cualquier dispositivo retransmitir la información a un canal alojado en la misma aplicación.
- Qik: Es una aplicación que permite transmitir cualquier contenido en vivo a través del dispositivo móvil, la transmisión de videos puede ser tanto pública como privada dependiendo de las exigencias de quien transmita el contenido.
- Scribble Live: Es una aplicación específicamente para bloggers que deseen compartir videos en vivo, principalmente para la realización de eventos.
- Social Cam: Es una aplicación para dispositivos móviles que permite transmitir videos en vivo por medio de las principales redes sociales.

- Xtreamer: Es una aplicación que permite realizar streaming de forma colaborativa, además que permite limitar el acceso de los usuarios que pueden consumir el contenido.

### ***2.2.1.11 Plataformas para streaming.***

#### *2.2.1.11.1 Plataformas gratuitas*

- FacebookLive: Es la plataforma de la red social Facebook, sacada al mercado para competir con Periscope, desde un inicio el streaming solo estaba autorizado para personajes reconocidos, sin embargo, a partir del 2016 el uso de ella se volvió general, cualquier persona o medio puede hacer uso de ella.
- Periscope: Fue lanzada en el 2015, es la plataforma de videos streaming de la red social Twitter, es considerada como la vida en tiempo real por los usuarios, por el alcance que tiene, solo basta con tener la aplicación en el celular o la computadora.
- YouTube: Reconocido como el primer lugar de búsqueda de videos en Internet, pertenece a la compañía Google, da la posibilidad de realizar transmisiones en vivo por medio de su aplicación, la mayoría de los medios y empresas hacen uso de esta para transmitir sus eventos, conferencias, congresos, etc.
- Instagram Live: Es una herramienta por parte de la red social Instagram, es una de las últimas redes sociales reconocidas en incorporar esta tecnología.

#### *2.2.1.11.2 Plataformas de pago.*

- LiveStream: Plataforma de pago que permite que los clientes puedan subir sus videos desde su computadora o celular.
- Ustream: Plataforma de alto alcance con más de 80 millones de visitas mensuales, permite la edición de video mientras se transmite, esta plataforma también es de pago.
- Dacast: Es una plataforma que permite subir los videos a la nube para reducir el espacio en los dispositivos de los clientes, es de pago, ofrece un soporte de 24 horas al día los 7 días de la semana.
- StreamShark: Es una plataforma utilizada principalmente para la transmisión de eventos, soporta la emisión de videos en 360 grados.
- Arktan: Es una plataforma que permite integrar las redes sociales y elegir desde que medio recoger la información.

- Vimeo: Es una plataforma que tiene su servicio tanto gratuito como de pago, pero que se lo considera más de pago por los beneficios al utilizar la cuenta premium, esta plataforma permite transmitir contenido por medio de cualquier otra plataforma o red social.

La diferencia que existe entre las plataformas de pago y las gratuitas es básicamente la funcionalidad y el acceso que se tiene a la plataforma, en el caso de las gratuitas los usuarios deben acogerse a lo que le brindan sin poder modificar la calidad o personalizar el tipo de contenido en la plataforma, mientras que las de pago ofrecen un servicio más completo y personalizable, desde el formato de video hasta las publicidades que se quieran integrar a la transmisión.

### **2.2.2 Periodismo Informativo.**

El periodismo a lo largo del tiempo sufrió una serie de cambios que permiten que se mantenga hasta la actualidad, con el pasar de los años cobró mayor valor en la sociedad hasta catapultarse como una de las fuentes principales, para conocer los acontecimientos que se presentan.

Los medios de comunicación que se emplean en la actualidad para realizar periodismo son: prensa, radio, televisión y medios digitales. Castillo (2014), expresa:

El periodismo, en términos generales, tiene como finalidad la búsqueda de acontecimientos noticiosos con un contexto inmediato que informen a la sociedad de lo que está sucediendo o ha sucedido. Desde comienzos del siglo XX, se convirtió en la profesión que asumía la labor de mantener informados a todos los sectores de la sociedad (p.3).

Por otro lado, Castello (citado por Sánchez, 2015), define al periodismo como el deber social de codificar, recoger, transmitir, organizar y regular la información, por medio de cualquier medio empleado técnico que permita su reproducción y distribución.

El periodismo desde sus inicios informa a la sociedad sobre los acontecimientos que tienen relevancia, a medida que el tiempo pasa este se forma y toma valor, tanto así que se convirtió en una fuente de ingresos rentable.

Sin duda con el nuevo apareamiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación, este se modificó, generando que los medios se enfrenten a la difícil y ardua tarea de llegar a más grandes audiencias al instante.

En la actualidad aunque se mantienen las bases del periodismo se utilizan otros medios y fuentes para comunicar, esto es un campo que se diversificó desde la

antigüedad, el periodismo crecía a medida que se descubrían nuevas vías y métodos para comunicar, aumentando así su exposición y llegar cada vez a más poblaciones.

El internet aunque es un hito histórico por la gran apertura y demanda de información, también se consolida como una forma nueva de comunicar, y que permite a los medios que puedan utilizar nuevas vías y herramientas para transmitir la información (Barrios, Mar, Barragán y Villareal, 2016).

Uno de los géneros periodísticos que tiene sus inicios en 1870 es el periodismo informativo. Barrios, Mar, Barragán y Villareal (2016) indican que el periodismo informativo es aquel que transmite hechos, datos e información clara, esto va a depender de la interpretación periodística que se le de.

En sus inicios el periodismo informativo tenía la siguiente estructura:

- Título informativo, aquí se exponía en una frase, lo relevante del hecho noticioso.
- Entrada de sumario, dónde, cómo y por qué.
- Pirámide invertida, aquí la información se estructura en forma decreciente de importancia con párrafos autónomos.
- Estilo impersonal, se eliminan juicios valorativos.

En la actualidad con la convergencia de lo análogo a lo digital el periodismo informativo toma otra estructura dentro de las plataformas digitales, esta se da de la siguiente manera:

- Título-enlace: la noticia tradicional coloca titulación informativa; en los cybermedios se generalizó el uso del titular como lugar para anclar el origen de los hipervínculos de la nota, exceptuando, según consignan los autores, algunas columnas personales o viñetas de humor, en dónde el hipervínculo se coloca generalmente en el nombre del autor.
- Títulos con palabras claves: la incorporación de palabras claves, permiten especificar el tema tratado y pueden despejar dudas, así como multiplicar las posibilidades de que esas informaciones puedan ser recuperadas por motores de búsqueda.
- Datación exhaustiva: la data de la noticia tiene un diferencia entre versión impresa y la de medios digitales, esto es, la precisión en la hora, minuto y segundos en que la información fue publicada, incluidas sus últimas

actualizaciones, esto permite al lector seguir la evolución de un acontecimiento y saber si existen datos nuevos.

- El párrafo de enganche o teaser: en ocasiones la información del título, aparece con un acompañante, este es un párrafo de gancho que amplía la información. Algunos le asignan un papel esencialmente informativo.
- Enlaces documentales: son hipervínculos que acompañan las noticias y redirección a los lectores a informaciones que complementan o amplían la contenida en la matriz o primer nodo.

### **2.2.3 Evolución del Periodismo.**

De acuerdo con Pereira (2012), el periodismo escrito tuvo sus primeras manifestaciones en los diarios narrados por guerreros y navegantes. Luego nacieron las efemérides, que eran hojas escritas narrando lo sucedido en el lapso de un año, un poco después las hojas volantes que eran del tipo noticioso.

En el siglo XIII cuando las formas escritas resurgen, se fundan en Inglaterra la *New manuscript* y en París el *Journal d'un burgeois*, medios de corta permanencia que servían para transmitir los hechos que acontecían en esos lugares. En este sentido se crearon en la ciudad de Venecia las *Gacetas*, en las que se publicaba la información.

En los siglos XII y XIII se encontraban dos fuerzas sociales que destacaban, estos son: los dignatarios eclesiásticos y los claustros universitarios; por otro lado, la curiosidad del hombre de la época crecía, así como también se incrementaba la demanda de noticias.

La historia de la prensa según Pizarróso (citado por Pereira, 2012), se basa en tres perspectivas, la primera hace mención al concepto de información, el mismo que se da en las instituciones estatales de las cuales se obtienen noticias, esto se daba en las grandes ciudades mediterráneas, así como en los imperios de la antigua China.

La segunda hace mención al origen del periodismo en relación con el nacimiento y desarrollo de la imprenta, el cual recoge los antecedentes de la noticia escrita bajomedieval que se prolongó y estuvo en estrecha relación con la noticia impresa hasta el siglo XVIII.

La tercera hace mención a la técnica, menciona que el periodismo nace en los primeros siglos del año XIX, en la época donde la revolución industrial inglesa hace el descubrimiento de la máquina de vapor, esta tecnología la aplicaron en las máquinas de imprimir.

Por otro lado, Benítez (citado por Pereira, 2012), considera que el origen del periodismo está dado en la noticia, puesto que, se relaciona la historia de la humanidad con los orígenes de la noticia.

Un hito de gran valor para el periodismo fue la invención de la imprenta en el siglo XV, esta permitió acelerar las publicaciones, además de que contribuyó a que varios países optaran por el desarrollo de sus propios periódicos.

Verger (citado por Pereira, 2012), indica que con la llegada de la imprenta se alteró por completo la circulación de la información, permitiendo llegar a masas mucho más amplias, ya que, se podía comunicar con rapidez la noticia.

Los inventos que se crearon luego son tan solo versiones mejoradas del invento de Gutenberg, sin duda alguna gracias a la imprenta se dio paso a la creación de inventos como la televisión y la radio, además que brindó un impulso grandioso a los periódicos.

En 1885 se creó la Linotipia, una máquina para componer textos tipográficos que facilitaba la composición de las noticias.

Según Martín (citado por Pereira, 2012), en China las impresiones en papel se dieron en el siglo IX, los chinos inventaron el papel, asimismo trabajaron como redactores e impresores, también realizaron los primeros verdaderos periódicos.

Por su parte, en Alemania nace el primer periódico impreso en 1457 “Nuremberg Zeitung”, luego de ello en 1493 se publican en Europa las primeras ediciones de los periódicos. Con relación a América, en México aparece una hoja que narraba el terremoto de Guatemala en 1541.

Empero no es hasta 1722 que aparecen los primeros periódicos en América llamados “Gaceta de México” y “Noticias de Nueva España”, sus primeras publicaciones fueron dadas el 1 de enero de 1722, posterior a esto nacieron los periódicos “La Gaceta de Lima” en 1743, y el “El Papel Periódico de Bogotá” en 1791.

En Ecuador el primer periódico salió a la luz el 5 de enero de 1792, fue fundado por Eugenio de Santa Cruz y Espejo, sin embargo, no es hasta el 7 de agosto de 1992 que el Congreso Nacional dictó un acuerdo en donde se declara el 5 de enero como el día del periodista ecuatoriano.

La historia periodística del país se remonta al siglo XVIII, de la mano de los jesuitas llegó la primera imprenta en 1750, desde esa época el uso de la prensa fue monopolizada por los principales grupos dominantes del país, como lo son la iglesia y grupos económicos con intereses propios.

El primer periódico del Ecuador es considerado el símbolo del periodismo del país, pese a que fueron muy pocos los número publicados (7 publicaciones) por la presión por parte de la corona española, aunque si bien es cierto existieron medios que quisieron ejercer un rol independiente del poder económico, pero su permanencia fue muy pequeña. (Secretaría Nacional de Comunicación, 2014)

Para el año de 1860 se funda El Telégrafo, considerado como el primer diario de circulación nacional, asimismo en el siglo XX se funda El Comercio en 1906 y El Universo en 1922.

Estos diarios marcan parte de la historia en el país, debido a que desde su creación se mantienen y procuran dar siempre información veraz y concisa, además de que con el aparecimiento de las nuevas tecnologías se tuvieron que adaptar y es por esto por lo que siguen siendo parte de los principales medios de comunicación. (Secretaría Nacional de Comunicación, 2014)

La Sociedad de la Información (SI) es considerada como la época que está caracterizada por los cambios tecnológicos, sociales, políticos, económicos y culturales; esta SI comienza a partir de 1970 donde aparecen los primeros ordenadores en los países desarrollados y en 1990 en los demás países.

El internet forma parte de la SI, ya que marca un hito en la forma en como la comunicación podía transmitirse y consumirse, por este motivo es que los medios de comunicación se vieron en la necesidad de acogerse a estas nuevas tecnologías y aplicarlas para comunicar (Rivera Costales, 2013).

No es hasta 1994, cuando nacen los primeros diarios digitales en la web pública, el primer diario en Estados Unidos de hacer uso de esta tecnología fue The Washintong Post ([washintongpost.com](http://washintongpost.com)) en 1995, en Ecuador y en América Latina el primer diario online fue el diario Hoy publicando un boletín informativo.

En 1997 El Universo aparece por primera vez en la web con tablas html y gráficos fijos de baja calidad, pero recién en 2008 realizó un rediseño de su página, el mismo que contribuyo en gran medida a que pueda comunicar la información, además que incluyo secciones que antes no tenía como lo son redes sociales

El diario La Hora aparece en la web en 1998 con tablas html, una buena distribución de secciones en la portada, fotos de baja calidad y un fondo con el logotipo de la empresa. El diario Expreso aparece en con su periódico digital en el 2007 con un diseño más propio de la época (Rivera, 2013).

No solo los medios impresos tuvieron que converger en este nuevo tipo de comunicación, sino también los medios de comunicación en general, debido a que las nuevas tecnologías ofrecen un sin número de ventajas. Para Rivera (2013) las principales ventajas son:

- Llegar a nuevas audiencias.
- Informar al instante.
- Transmitir información en diversos formatos.
- Utilización de herramientas multimedia para la creación de contenido.
- Uso de enlaces para vincular la información con la fuente principal.

Los diarios en sus inicios en la web hacían un volcado de la información impresa al digital, con el pasar de los años, la evolución de las tecnologías y el acceso a ellas tuvieron que reinventar sus páginas y sus estilos comunicacionales por medio de estas plataformas digitales.

En base a esto es por lo que se considera que a partir del 2010 recién se estaba realizando periodismo digital, pese a que hayan hecho sus intentos desde años anteriores por ser medios digitales (Rivera Costales, 2013).

Como señalan Punín, Martínez y Rencoret (2014) uno de los aspectos más valorados por los usuarios en la actualidad es el Streaming, ya que, les permite acceder a información noticiosa por medio de las plataformas digitales desde sus dispositivos electrónicos.

Esto generó que los medios digitales apunten por desarrollar contenido para este tipo de plataformas y que así los usuarios puedan consumirlas, teniendo en cuenta las presencias e intereses de estos.

#### **2.2.4 Géneros del Periodismo.**

Según el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (2012) el periodismo puede ser clasificado en tres géneros, estos son: periodismo de información, de opinión y periodismo interpretativo.

- **Informativo:** Surge a partir de 1870, expandiéndose desde Inglaterra hasta Estados Unidos, es un tipo de periodismo que se apoya en el relato o narración de acontecimientos de actualidad y buscan captar la atención del público en general.

- **Opinión:** Se caracteriza por la exposición de opiniones y análisis sobre un tema específico por parte de un personaje o un medio de comunicación que es reconocido.
- **Interpretativo:** Este género inicia a partir de 1945, luego de culminar la segunda guerra mundial, es una mezcla entre el relato y el comentario propio sobre un acontecimiento, también es conocido como periodismo de profundidad o de análisis, donde se busca explicar el porqué de los hechos que acontecen en la actualidad.

De acuerdo con el Diario El Comercio de España (s.f) dentro del ámbito periodístico se desprenden una serie de subgéneros que se detallan a continuación.

- **Noticia:** Género básico del periodismo, la mayor parte del contenido de los periódicos son noticia, se busca por medio de ella captar la atención del público, la redacción debe ser clara y objetiva, debe poseer la mayor cantidad de información relevante, así como la verificación de esta.
- **Entrevista:** Es aquella información que es elaborada a partir de preguntas y respuestas que se le hacen al entrevistado, este debe ser una persona reconocida o que tenga conocimientos específicos sobre alguna disciplina.
- **Reportaje:** Es aquel donde se interpreta un hecho o suceso y se le debe de añadir los antecedentes, valoraciones y consecuencias, pero que no incluyen opiniones propias del periodista o del medio, se caracteriza por ser de más valor que la noticia.
- **Crónica:** Es aquella donde se narra se forma cronológica y detalla la información que se quiere comunicar, por lo general este género se lo emplea en sucesos de suma relevancia y que requiere corresponsales en sitio.
- **Editorial:** Se la reconoce por ser la opinión del medio que lo emite, específicamente sobre sucesos de actualidad, este se conforma por periodistas y especialistas.
- **Artículo de opinión:** Son aquellos que son escritos por especialistas en el campo en el que se den los acontecimientos, la persona encargada propone un tema y aporta con opiniones y argumentos para sostener su punto de vista.
- **Crítica:** Se lleva a cabo cuando un especialista da su percepción sobre un acontecimiento ya sea de arte, cine, música, comida, entre otros. Ofrece su opinión con base en su experiencia y el conocimiento que tiene sobre el tema.

### 2.2.5 Clasificación de los Medios de Comunicación.

Como señalan Rangel y otros (2015), los medios de comunicación se dividen en tres grandes grupos:

- **Medios Masivos:** Llegan a un mayor número de personas, de ahí el nombre de masivo, ya que llega a un público de masas, también es conocido como medios medidos, debido a que pueden medir el nivel de audiencia al que llegan.
  - **Televisión:** Es reconocido por ser un medio audiovisual masivo, donde se puede combinar el sonido, la imagen y el movimiento, dentro de esta categoría se encuentran: la televisión por cable, televisión por red, estaciones independientes, televisión satelital.
  - **Radio:** Medio que se caracteriza por ser solo de audio, con el tiempo retomó la popularidad que tenía.
  - **Periódicos:** Son medios que se caracterizan por ser visuales y el contenido de tono noticioso, su periodicidad es diaria, pueden ser especializados o de contexto de información general.
  - **Revistas:** Al igual que los periódicos es un medio de carácter visual, pero que son especializados, en ciertos casos su periodicidad es semanal o mensual. Utilizan una variedad de anuncios amplia, estas son: desplegados, booklets, muestreo, cuponeo y gate folder.
  - **Internet:** En la actualidad es considerado como el medio principal de comunicación de masas por el alcance que tiene, permiten acoger una gran cantidad de información, así como el acceso a la información de forma inmediata. Presenta ciertas características que son: multimedia, hipertexto, interactividad, actualización, rapidez, inmediatez, uso de navegación por pestañas, uso de mensajes cifrados, herramientas y aplicaciones de fácil uso.
  - **Cine:** Medio audiovisual de alto alcance, pero que tiene muy baja selectividad.
- **Medios auxiliares o complementarios:** Conocidos como medios no medidos, son aquellos que llegan a un público específico en un tiempo determinado.
  - **Publicidad exterior:** Medio flexible, de bajo costo, por lo general se encuentra en exteriores.

- **Publicidad interior:** Medios visuales y en ciertas ocasiones contienen audio, ubicados estratégicamente en lugares cerrados donde los usuarios suelen pasar.
- **Publicidad directa:** Medio que consiste en enviar publicidad por medio de anuncios ya sea impreso o digital a los clientes.
- **Medios alternativos:** Hace referencia a las nuevas formas que existen para la promoción de productos, estos pueden ser tanto ordinarias como innovadoras. Por ejemplo: faxes, stands promocionales, protectores de pantalla, anuncios en cines, anuncios en páginas web, entre otros.

La clasificación de los medios permite entender como están divididos estos, para finalidades del estudio se va a tomar en cuenta a los medios de comunicación masivos que hagan uso del streaming para realizar periodismo informativo.

### **2.2.6 Uso de streaming en el periodismo informativo.**

Como ya se mencionó el streaming video tiene gran importancia en la vida tanto de los usuarios como el de las instituciones o personas que emiten contenido streaming.

El periodismo no se queda atrás en emplear esta tecnología, por lo cual muchos de los periodistas, así como los medios de comunicación tradicional apuestan por realizar streaming video, aunque son pocos los medios que ofrecen una nueva propuesta periodística con relación a esta nueva forma de consumir la información.

Una de las grandes ventajas que ofrece este tipo de tecnología es poder transmitir contenido donde sea que la persona se encuentra, esto también tiene un efecto positivo tanto en los costes como en los recursos necesarios.

Los celulares cobran una especial relevancia, volviéndose predominantes al transmitir contenido en vivo. Mancebo (2016), menciona que “el periodismo móvil no supone solo un ahorro en los costes sino que permite a los medios contar con imágenes y vídeo de algún hecho noticioso sucedido en cualquier punto del planeta” (p.330).

Es de gran suma importancia para los periodistas el poder transmitir la información en el momento que se den los principales acontecimientos, permitiendo destacarse por su labor investigativa.

La factibilidad que tienen los dispositivos móviles recae en que son fáciles de manejar, puede llevarselos a la mano en cualquier momento, no se necesita más que tener una buena conexión a internet y las aplicaciones para comenzar a realizar transmisiones en vivo.

Nada es más puro que la transmisión en tiempo real de los hechos. Esta posibilidad puede ser trabajada estratégicamente por el periodista o el medio desde las redes sociales, como forma de encuentro directo con la información, que se sumará, en el caso de una cobertura concreta, a la par de la producción y la organización de los contenidos en el periodismo móvil (Irigaray, 2015, p.64).

Como afirma Knight Center (2017) existen varios casos en América Latina del éxito de buenas propuestas periodísticas, entre ellas se destacan las siguientes:

- Efecto Cocuyo: Medio venezolano que apostó por transmitir contenido en vivo por medio de Periscope en el 2015, aprovechando que los demás medios se trasladaban a Facebook Live, el éxito de este medio se debió al ser el primer medio de la región para utilizar esta plataforma de la red social Twitter que es reconocida a nivel mundial y realizar periodismo en vivo.

Debido a la situación de Venezuela ningún medio tradicional transmitía lo que acontecía, sin embargo, Efecto Cocuyo vio la oportunidad de transmitir en Periscope las protestas y todo aspecto relacionado a la política y economía del país, esto le permitió obtener altos picos de consumo de sus transmisiones.

- Univisión: Este medio emplea Facebook Live en la mayor parte de los contenidos que transmite, pese a contar con infraestructuras y recursos, para ello hace uso de poco personal y dispositivos móviles para transmitir el contenido en vivo de sucesos de relevancia internacional.

Un gran impacto fue la cobertura realizada por el periodista Jorge Ramos luego del ataque suscitado en un centro nocturno gay, el mismo que dejó más de 50 muertos, el impacto que causó con estas transmisión en vivo fue muy alta, llegando a un total 1,7 millones de visitas en las dos transmisiones que realizó.

- Reforma: Medio mexicano realizó la transmisión de contenido en vivo de la cobertura del acróbata alemán Alexander Schulz, quien rompió un récord caminado sobre un cuerda floja de un edificio a otro a una altura de 246 metros.
- Radio ambulante: Una organización especializada en la creación de podcast políticos de América latina, recorre diversos lugares creando documentales que luego los retransmite por medio de los podcast, su alcance es tan alto que en el 2016 llegó a 1,5 millones de reproducciones.

### **2.2.6 Historia del canal VitoTVO.**

El canal streaming VitoTVO sale a la luz por primera vez el 1 de Mayo de 2014 por medio de su página web [www.vitotvo.com](http://www.vitotvo.com), la idea nació de Vito Muñoz Ugarte, el mismo que la presentó a la compañía Web Solution Inc, por medio de su CEO Bruce Valle.

La idea consistía en crear el primer canal de televisión en Internet en el país, donde su programación cubriría las siguientes secciones: Noticias, Deportes, Negocios y Farándula, a través de una plataforma de última generación bajo el nombre “Livestream”.

Para llevar a cabo este proyecto de gran magnitud se llevaron a cabo varias reuniones y un análisis detallado del mercado ecuatoriano que diera luz verde al desarrollo del primer canal streaming del Ecuador.

A inicios de Enero de 2014 se procedió a la creación de la red de medios OMUNETWORK y se asigna a Vito Muñoz como CEO por su pasión y su visión de los medios digitales. Romero (2016) menciona al respecto lo siguiente:

A fines de Enero de 2014 Bruce Valle, se desplazó a New York y adquiere para OMUNETWORK en Ecuador el primer dispositivo Livestream Studio HD50 el cual hace las veces de una SWITCHER de TV pero para la transmisión de señal a través de internet (p.226).

Luego de haber realizado la adquisición del primer equipo Livestream fue necesario comprar otros equipos como los Livestream Broadcaster, estos dispositivos ofrecen la función de conectarse por medio de una red WIFI local, así como por medio del Livestream Studio, para emitir contenido en calidad HD.

Adicional a esto se compraron otros equipos entre los que se encuentran los siguientes: cámara de estudio de marca Sony HD, trípodes, luces, red WIFI 5ghz, monitores y micrófonos corbateros.

Las oficinas del canal se encuentran en el edificio Blue Towers en la ciudad de Guayaquil, dentro de ellas cuentan con el servicio “Cloud” o también llamado nube, que destaca por su característica principal que es la compartición de archivos y videos entre usuarios por medio de una vía rápida.

El resultado obtenido en el primer año de transmisión fue excelente, tuvo una buena aceptación y generó una alta demanda de eventos, de tal manera que optaron por fortalecer la calidad de sus transmisiones en vivo adquiriendo nuevos equipos en Marzo

de 2015, tuvieron que contar nuevamente con la asesoría de la compañía Web Solution Inc para realizar mejoras.

Un evento para destacar realizado por el canal streaming fue el que tuvo como escenario el estadio 9 de Mayo de la ciudad de Machala, donde se llevó a cabo el encuentro de fútbol de Barcelona Sporting Club, este evento generó que el canal VitoTVO tenga un afluencia de visitas de más de 70.000.

Dicho evento fue considerado por los expertos como histórico para la televisión ecuatoriana por su alto alcance y calidad de la transmisión. En la actualidad el canal cuenta con una línea de cámaras Blackmagic Micro Studio 4k, la misma que es empleada para eventos de exterior como por ejemplo los deportes extremos.

Citando al Diario Última Hora (2018), “VitoTVO es el aliado comunicacional de las principales entidades gubernamentales y de los sectores estratégicos más importantes de la economía del país” (p.1).

Este canal desde su aparición presenta avances de gran importancia, sirviendo como ejemplo para que los medios opten por el streaming video, y no solo eso, sino que además demuestra la capacidad que pueden llegar a tener los medios en el internet llegando a cubrir los acontecimientos principales y de interés general.

### **2.2.7 Prosumidores.**

De acuerdo con Lastra (2016), el término de prosumidor surge de una concepción económica en los años 80 por Alvin Tofler, en ella mencionaba una tercera etapa dentro del proceso productivo en el que el consumidor participa de forma activa en la comunicación.

Gracias al desarrollo de las tecnologías se da paso a este nuevo término para los consumidores, los mismos que ahora juegan un papel fundamental para las empresas y la comunicación.

Rocha (2013), define el término de prosumidores de la siguiente manera “una forma evolucionada de la división productor – consumidor, quien los sintetiza en una sola persona, es decir, un individuo que produce y consume lo que produce, y al “ofertarlo” muchas veces lo hace sin ánimo de lucro” (p.67).

Por otro lado Aparici y García (2018) mencionan sobre el tema que “los usuarios no solo producen contenidos, sino también un conjunto de datos que son vendidos a las empresas de publicidad que, de este modo, son capaces de presentar anuncios personalizados en función de los intereses de los sujetos” (p.73).

Con base en estos conceptos se puede decir que el prosumidor en la actualidad es capaz tanto de consumir como de producir contenido, esto se lleva a cabo por medio del acceso que tienen al internet y las diversas plataformas como herramientas digitales.

En el caso del streaming esta es una nueva tendencia que se está empezando a popularizar en el país, cada día se suman más los usuarios que consumen este tipo de contenidos, es importante que los medios o empresas que apunten a llegar a estos prosumidores capten su atención y tengan claro los objetivos.

El internet si bien es cierto brinda muchos beneficios, sin embargo, también se debe tener en cuenta que también implica ciertos riesgos si no se realizan las acciones adecuadas, por ejemplo, si un medio de comunicación emite información no verificada, puede generar críticas negativas al respecto.

Por lo tanto, es indispensable que los medios cuiden la información que emiten por cualquiera de las vías de comunicación que emplean en digital, valorando en gran medida el aporte que pueden generar estos prosumidores. Orihuela (2012), manifiesta:

Los medios digitales que quieran conectar con los nativos digitales tienen que aprender a conversar con ellos, tienen que incluir los temas que realmente les preocupan en sus agendas informativas y tienen que abrirse al contenido generado por sus propios usuarios (p.26).

Según el portal informativo América Retail (2014), las características que presentan los prosumidores en la era digital son:

- Tiene la posibilidad de estar más al tanto de la información, ya que tiene acceso a esta a través de las diversas fuentes y medios.
- Posibilidad de acceder a sitios especializados donde pueden consumir y producir contenido.
- Capacidad de difundir la información al instante, debido al gran alcance que tienen las plataformas digitales en la actualidad.
- Oportunidad de valorar lo que consume por medio de webs especializadas, foros, redes sociales, grupos, entre otros.
- Valor por parte de los medios y empresas, es decir, se le da un lugar a los prosumidores para que emitan opiniones sobre los productos que ofertan, con el fin de obtener una retroalimentación y mejorar lo ofertado.
- Disponibilidad de la tecnología para la búsqueda de información al instante y contrastar la información.

- El prosumidor en la actualidad es mucho más investigador, ya no solo se conforma con lo que lee sobre algún tema en particular, sino que más bien indaga sobre el tema y busca diversas fuentes para constatar que la información es cierta.
- Valora la apertura que le den los medios y empresas para ser escuchado, de la misma forma busca respuestas inmediatas a sus requerimientos, puesto que el medio digital lo exige.
- Contrasta la información por medio de opiniones y experiencias de otros prosumidores antes de crear la suya, para luego compartirla.

### 2.2.8 Tipos de prosumidores.

Hernández y Grandío (citado por Lastra, 2016) indican que se puede clasificar al prosumidor según su implicación con el contenido de la siguiente manera:

- **Difusión:** Principalmente por medio del Internet.
- **Interpretación:** Comunidades en las diferentes plataformas digitales para debatir y analizar el contenido.
- **Creación:** Nuevos relatos de forma escrita, interactiva, multimedia o audiovisual.

Gary Hayes (citado por Lastra, 2016) establece cinco perfiles con relación a la participación de los prosumidores con la comunidad 2.0.

- **Consumidor:** Realiza una lectura pasiva del contenido.
- **Distribuidor:** Envía la información que considera de interés a sus conocidos.
- **Crítico:** Hace comentarios que son públicos.
- **Editor:** Edita y combina el contenido creado por otros.
- **Creador:** Crea contenido original y propio.

Guerrero (citado por Lastra, 2016) indica que existen cuatro modelos de participación de los prosumidores.

- **Modelo Observativo:** No deja un huella verbal de su presencia, la única forma de identificarlo es a través del número de visitas de un sitio web.
- **Modelo Discursivo:** Comunica y expone su opinión sobre el contenido.
- **Modelo Creativo:** Crea contenido nuevo ya sea de aprendizaje o artístico, además que ayuda a la comprensión de contenidos.
- **Modelo Lúdico:** Participación por medio de aplicaciones recreativas.

### 2.2.9 Interactividad.

Pérez (2016) expresa que la interactividad genera un inteso feedback entre el usuario y el medio que emite el contenido, debido a que no solo brinda un alto dinamismo, sino que además otorga la posibilidad al lector de interactuar con la información, esto a su vez, genera que exista una mayor proximidad entre las partes.

Por otro lado Rost (citado por Boude, 2014), la define como “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (p.7).

Dentro del campo digital la interactividad representa para los medios un aspecto de gran valor, por medio de ella es que se genera la interacción con los usuarios, lo cual permite evaluar los resultados de alcance y éxito sobre algún contenido emitido.

Los medios que hacen uso del streaming tienen un alto conocimiento sobre la importancia que tiene la interactividad, puesto que de no ser así, no podrían estar al tanto de las necesidades y opiniones de los usuarios.

Es muy importante realizar una retroalimentación de cada contenido expuesto, ya que esto garantiza mejorar los contenidos a futuro, ningún medio que realice streaming puede hablar de éxito si no está consciente de la importancia que tiene la interactividad con los usuarios.

Existen 4 tipos de interactividad, estas son la interactividad de interfaz, interactividad perceptiva, interactividad selectiva y la interactividad de contenidos, a continuación se detallan cada una de ellas (Universidad Oberta de Catalunya, s.f).

- **Interfaz:** Son aquellos cambios que se generan en la interfaz por parte del interactor o el sistema, es decir el código que existe entre el usuario y el sistema.
  - **De preferencia:** Cuando el usuario modifica aspectos estéticos o funcionales de la interfaz.
  - **Generativa:** Cuando el sistema interpreta las acciones del usuario y las modifica para adaptarse al comportamiento del usuario.
- **Perceptiva:** Es la alteración de algún valor en la salida del sistema que va a depender de la percepción del interactor.
- **Selectiva:** El interactor puede acceder a los diferentes núcleos que se encuentran almacenados en el sistema.

- **Secuencial:** La interactividad solo permite que se acceda a la línea temporal existente del discurso sin alterar nada.
- **De navegación:** Cuando el usuario por medio de la interfaz accede a uno de los núcleos informativos que le permitan construir un nuevo discurso.
- **De realización:** Cuando el usuario puede acceder a los núcleos de información sin afectar la línea temporal del discurso.
- **De contenidos:** Es aquella que afecta la información disponible en el sistema, por lo que permite genera nuevos datos y produce respuestas.
  - **Combinatoria:** Cuando el usuario puede añadir información al sistema combinando la existente con la nueva, con la finalidad de crear nuevas historias.
  - **Contributiva:** Cuando el usuario crea nuevo contenido dese cero y aporta a que el sistema produzca nueva información a partir de lo agregado.

#### **2.2.10 Perfiles periodísticos en la comunicación digital.**

En el nuevo entorno digital se requiere de profesionales capaces de cubrir las nuevas demandas que exige el medio, puesto que, los usuarios están más inmersos con la información.

Para Gonzáles (2016) “los nuevos escenarios propiciados por las tecnologías han provocado que los periodistas se enfrenten a retos con propuestas y formas de producción y de información” (p.748).

La tecnología forma parte crucial de la vida de cada una de las personas en la actualidad, es por esto, que tanto los medios como los periodistas tuvieron que adaptarse y hacer uso de los nuevos recursos disponibles.

Los medios de comunicación se dieron cuenta de la gran necesidad de periodistas que puedan cubrir los acontecimientos que se presenten en el entorno digital, debido a que a diferencia de los medios tradicionales en internet se deben emplear otros procesos propios del entorno digital. Para Lamo (2013), estos son los siguientes perfiles:

- **Editor de contenidos:** Son aquellos periodistas expertos en el área de redacción de noticias y temas en general del periodismo, estos también están en la capacidad de construir todo tipo de contenidos para las diversas plataformas digitales que se empleen en los medios de comunicación, son denominados como los nuevos periodistas digitales.

- Gestor de contenidos: Son aquellos periodistas que tienen la ardua tarea de analizar y gestionar toda la información digital de los medios, debe poseer altos conocimientos de creación de contenido audiovisual.
- Record manager: Aquellos periodistas que deben realizar las funciones de búsqueda, gestión y control tanto de los datos como información sobre los medios, por lo general, es considerado como una figura que complementa a los community manager, también puede actuar como un jefe de prensa digital.
- Redactor multimedia: En la actualidad los periodistas deben ejercer varias funciones como lo son: redacción, investigación, fotografía, edición, creación de contenidos, entre otros. Estos periodistas deben difundir la información por diferentes canales, de manera que ajusten la información dependiendo del medio que se emplea.
- Responsable de reputación digital: También conocidos como community manager, son los que están encargados principalmente de gestionar, controlar, moderar y dinamizar toda información concerniente del medio, aunque también pueden crear comunidades relacionadas al medio, el objetivo principal de estos es fidelizar a la audiencia con el medio.
- Productor transmedia: Es el responsable de que existe una continuidad narrativa entre los diferentes medios que se utilicen, su experiencia debe radicar principalmente en: cine, juegos, medios, tecnología, televisión, nuevas tendencias y publicidad.
- Narrador transmedia: Encargado de realizar narraciones a través de las diferentes plataformas digitales, dentro del cual debe evocar un narración única con cada elemento que se emplee para captar la atención de los usuarios.

Al hablar de periodismo digital se debe tener claro que dentro del área se encuentran inmersos periodistas que les tocó converger sus acciones desde el plano tradicional al digital y otros que los tocó crecer expuestos a las nuevas tendencias tecnológicas. Meso (citado por Punín, Rivera y Marín, 2014) indica:

En la actualidad hay que distinguir entre dos tipos de profesionales en el sector de la comunicación, si bien en ambos casos trabajan con contenidos existentes en la Red: los que desempeñan actividades tradicionalmente periodísticas y los que bien buscan, procesan, analizan o redactan contenidos para espacios de la Red (p.3).

Ambos tipos de periodistas son esenciales para llevar a cabo la labor periodística, sin embargo, con el pasar de los años el periodismo digital tiene más importancia, lo cual requiere de personal capacitado en esta área.

Es por esta razón imprescindible para los medios de comunicación la creación de nuevos perfiles laborales, que tengan las funciones y competencias requeridas, además de que puedan asumir profesionalmente con las tareas que se les asignen.

En el contexto streaming es imperativo tener conocimientos digitales, los periodistas se enfrentan a una era de la comunicación diferente que evoluciona a grandes pasos, por lo cual, es muy importante para los periodistas en la actualidad de realizar capacitaciones y preparaciones constantes, esto les permitirá ser competentes y capaces de desenvolverse en la era digital.

### **2.3 Marco Conceptual**

**Banda ancha:** De acuerdo con la International Telecommunications Union (2013) banda ancha es un “conjunto de tecnologías de red avanzadas o como el motor de una radical y gran transformación que revitaliza la entrega de los servicios existentes<sup>1</sup> y da pie a la aparición de nuevos e innovadores servicios” (p.1).

**Hipertexto:** A juicio de Bettetini (citado por Aguirre, Odriozola y Bernal, 2015) “el hipertexto puede entenderse como un macrotexto compuesto de microtextos, conectados entre sí en un mapa explorable por el usuario, con estructuras generales o macroestructuras y microestructuras” (p.491).

**Informativo:** La palabra informativo hace referencia a la función principal de informar sobre algo por medio de los diferentes canales o modos existentes (Bembibre, 2015).

**Instantaneidad:** Permite romper las barreras temporales y geográficas, por lo cual la información llega mucho más rápido desde diferentes partes del mundo hasta los usuarios (Grande, Cañon y Cantón, 2016).

**Millenials:** Los millenials (nacidos entre 1981 y 2000) son considerados como la primera generación en pasar la mayor parte de sus vida relacionada al entorno digital, así como también son los nacidos de la generación Baby Boomers (Ruiz Cartagena, 2017).

**Multimedialidad:** Deuze (citado por Aguirre, Odriozola y Bernal, 2015) menciona sobre la multimedialidad lo siguiente:

Hay dos formas de definir la multimedialidad: la primera, como la presentación de una historia noticiosa en un sitio web, utilizando dos o más formatos

mediáticos, tales como audios, animaciones gráficas, videos, incluyendo elementos interactivos e hipertextuales. La segunda, asume la interactividad como la presentación integrada de una historia noticiosa a través de diferentes medios, tales como un sitio web, correo electrónico, mensajes de texto, radio, televisión, prensa escrita, etc. (p.489:490).

**Narrativas transmedia:** Para Rodríguez y Tur (2015) las narrativas transmedia son “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en la cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (p.84).

**Nativo digital:** Se considera como medios nativos digitales a aquellos que nacen junto con el entorno tecnológico, asumiendo los retos y ventajas que ofrecen y ofertando nuevas propuestas para los usuarios (González Ramón, 2017).

**Periodismo digital:** Según Burgueño (citado por Roggiero y Vera, 2014) “completa la opción de incorporar cierta interactividad, sumando características como hipertextualidad o contenidos multimedia, así como la posibilidad de dejar comentarios. Además, recuerda que éste también debe de cumplir ciertas normas y requisitos que garanticen la calidad de la información” (p.19).

**Streaming:** Para Sánchez (2015) “el término refiere a una corriente continua del contenido que el usuario puede escuchar o ver en el momento que desee” (p.22).

**TIC:** Según Torres y García (citado por Cuen y Ramírez, 2013) las Tecnologías de la Información y Comunicación son “herramientas y aplicaciones informáticas para generar, almacenar, transmitir y distribuir información, contribuyendo así al desarrollo de nuevas habilidades y competencias” (p.3).

## **2.4 Marco Legal**

Con el fin de desarrollar la presente investigación es importante tomar en consideración las leyes pertinentes referentes al tema, entre ellas están: la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación.

Según la Constitución de la República del Ecuador (2016), la comunicación por parte de los medios debe ser incluyente, es decir, no se debe discriminar a ningún miembro de la población, permitiendo que cada uno forme parte de esta y pueda participar con la información que se emita.

El estado garantiza que se puedan crear medios a través de procesos transparentes, buscando principalmente evitar el monopolio del sector comunicacional.

Todos los ciudadanos cuentan con derechos constitucionales para indagar, recibir, originar, difundir e intercambiar información que sea verificada de los sucesos de interés general que se presenten; y acceder de forma libre a la información emitida por las instituciones de carácter público o privado.

Los contenidos emitidos por los medios serán regulados, de esta forma prohibir el uso de contenido que incite a violencias. El estado garantiza la libertad de expresión de cada uno de los ciudadanos para fomentar la participación de ellos y generar una mejor transmisión de la comunicación.

La Constitución del Ecuador en ámbitos de comunicación social constituye uno de los pilares fundamentales, ya que, permite que puedan llevarse a cabo procesos comunicacionales a través de los diversos medios como: televisión, radio, impresos e internet.

En este proyecto se tomarán en cuenta medios de comunicación que emplean plataformas streaming para realizar periodismo informativo. Sin leyes que respalden la creación de medios, así como la libertad de expresión sería difícil hablar del tema.

La Ley Orgánica de Comunicación (2017), señala que su objetivo es desarrollar, proteger y regular el ejercicio de la comunicación en aspectos administrativos. Además establece las bases y fundamentos legales que permiten la constitución de los medios de comunicación.

Regula el tipo de contenidos que emplearan estos medios, a fin de que fomenten áreas informativas, culturales y educativas; estas por su parte deben ir de la mano con la constitución del país. Esta ley también menciona los derechos que tienen los usuarios y los medios de comunicación.

Esta ley es importante para el estudio, porque permite tener una idea más clara de cómo los medios y usuarios pueden participar entre sí, teniendo en cuenta los derechos y normas que deben respetar para realizar una comunicación efectiva, a continuación se detallan los derechos que deben respetarse y tomarse en consideración para realizar periodismo responsable, entre ellos están:

- Respetar la honra, la intimidad, así como la reputación de todas las personas.
- No incitar a los niños y adolescentes a comportamientos perjudiciales, también evitar difundir contenidos que atenten contra la dignidad humana.
- Evitar manipular la información para fines ilícitos, abstenerse de emplear la información con motivos morbosos sobre los incidentes que se presenten.

- Respetar la libertad de expresión, rectificar aquella información que no haya sido verificada y sea considerada como falsa, cuidar que los titulares de las noticias sean concernientes al contenido que se difunde.
- tanto las autoridades como funcionarios a cargo de los medios deben fomentar a la participación ciudadana en los procesos comunicacionales
- Expresarse y dar su opinión libremente, a través de cualquier medio, sin embargo, deberán ser responsables de sus expresiones según la ley.
- La información que se difunde por parte de los medios de comunicación sea verificada, precisa y contextualizada.
- Los medios de comunicación deben rectificar la información emitida sobre las personas, cuando estas no hayan sido precisamente verificadas y contrastadas.
- Recibir, indagar, crear y emitir información por cualquier medio que se considere pertinente.
- Formar medios de comunicación.
- Capacitarse y emplear las TIC para su desarrollo personal o profesional.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para respaldar la hipótesis planteada en el presente proyecto de investigación se determina que el enfoque investigativo es mixto (cuali – cuantitativo). Los tipos de investigación son descriptivo, explicativo, de campo y de estudio de caso. Mientras que, los instrumentos de investigación son encuestas y entrevistas.

Se analizará la información que se recabe mediante las encuestas y entrevistas, posteriormente, se levantarán los resultados de la investigación y así establecer las conclusiones y recomendaciones pertinentes sobre el uso del streaming en la ciudad de Guayaquil y las nuevas propuestas periodísticas.

#### **3.1 Enfoque Investigativo**

El enfoque de la presente investigación será de tipo mixto (cuali- cuantitativo). Según Ruiz, Borboa y Rodríguez (2013), el enfoque mixto se compone del enfoque cuantitativo y cualitativo, en este enfoque se toman en consideración las características que cada uno de ellos posee.

El enfoque cuantitativo permite por medio de la recolección y análisis de datos probar hipótesis o idea a defender, así como dar respuestas a las preguntas de investigación. El enfoque cualitativo da como resultado datos descriptivos que están sujetos a la interpretación del investigador y los objetivos que se plantearon, permite descubrir y mejorar las preguntas de la investigación por su flexibilidad empleando herramientas como entrevistas, observación, entre otras.

Se requiere un enfoque mixto que permita obtener la mayor cantidad de información relevante a través de las técnicas de la entrevista y encuestas sobre el objeto de la investigación.

#### **3.2 Tipo de investigación**

En el presente estudio se empleará una investigación de tipo descriptiva, explicativa, de campo

##### **3.2.1 Investigación Descriptiva.**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) expresan que la investigación descriptiva “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p.92). Esta investigación es necesaria para desarrollar el proyecto y describir la información de forma ordenada sobre el tema elegido.

### **3.2.2 Investigación Explicativa.**

Como señala Arias (2012) “la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto” (p.26).

Por medio de este tipo de investigación se podrá conocer a fondo la problemática planteada y obtener información que de fundamento al por qué del desarrollo del tema que se eligió para esta investigación.

### **3.2.3 Investigación de Campo.**

A juicio de Baena (2014) “las técnicas específicas de la investigación de campo, tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio” (p.12).

A través de esta investigación se podrá tomar la información necesaria y ordenarla, a fin de corroborar la información antes recopilada y analizarla para obtener las respectivas conclusiones.

### **3.2.4 Investigación Estudio de Caso.**

Ruiz, Borboa y Rodríguez (2013) indican que “el estudio de caso es un método de investigación cualitativa y empírica orientada a la comprensión en profundidad de un objeto, hecho, proceso o acontecimiento en su contexto natural” (p.12).

Para la presente investigación se tomó al canal streaming Vito TVO como caso de estudio y obtener información que ayude a comprender las nuevas propuestas periodísticas y como las están aplicando por medio del streaming.

## **3.3 Técnicas de investigación**

La técnica investigativa que se va a emplear para fines del estudio será la entrevista dirigida a los representantes del canal streaming Vito TVO, con la finalidad de obtener información que fundamente la idea a defender y objetivos de esta investigación. Además, se realizarán encuestas a los medios digitales con sede en Guayaquil y que se encuentren registrados en el Cordicom.

### **3.3.1 Entrevista.**

Las entrevistas del tipo cualitativas son mucho más íntimas, abiertas y flexibles a diferencia de las cuantitativas, que por lo general son cerradas y no se puede profundizar en un tema específico. Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan:

Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y

respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (p.403).

Dentro del estudio se tomó como caso al canal streaming Vito TVO, es por ello fundamental realizar las entrevistas a profundidad al personal periodístico que pueda dar un mejor panorama y obtener de esta forma los resultados que se esperan de la investigación.

### 3.3.2 Encuestas

En el presente estudio se eligió la técnica de las encuestas, ya que, permite obtener información relevante sobre el objeto de estudio. López y Facheli (2015) menciona:

Método de investigación social cuya aplicación significa el seguimiento de un proceso de investigación en toda su extensión, destinado a la recogida de los datos de la investigación, pero en el que se involucran un conjunto diverso de técnicas que combinadas, en una sintaxis propia y coherente, que se orientan y tienen como objetivo la construcción de un objeto científico de investigación (p.8).

La encuesta estará dirigida a representantes de los medios sociales que utilicen plataformas streaming y que se encuentren registrados en el Cordicom.

### 3.4 Población

Según el Cordicom (2018) en su registro de público de medios indica que existen 1169 medios en todo el Ecuador en las diferentes categorías (impreso, radio, televisión y portales informativos web). La provincia del Guayas cuenta con 213 medios y la ciudad de Guayaquil por su parte cuenta con 157 medios registrados.

Para fines del estudio se ha considerado la categoría de portales informativos web, solo son 13 medios registrados del total que se ha mencionado en la ciudad de Guayaquil. A continuación se detalla cómo está dada la población para el estudio.

**Tabla 3**

*Población del estudio*

<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Medios en Ecuador	100%	1169
Medios en Guayas	18,22%	213
Medios en Guayaquil	13,43%	157
Portales Informativos Web	1,11%	13

Fuente: Cordicom (2018).

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

### 3.5. Muestra

Para el estudio será necesario emplear las técnicas de muestreo censal y aleatorio estratificado, así como intencional. Se ha empleado estas técnicas, puesto que, suponen la mejor forma de recopilar la información sobre el estudio.

Para ello se tomó en cuenta a la población de medios registrados en el Cordicom que sean de la provincia del Guayas, de la ciudad de Guayaquil y que pertenezcan a la categoría de Portales Informativos Web. En total se encuestó a 7 personas que son los representantes de cada uno de los medios registrados (ver tabla 4).

Cabe recalcar que de los 13 medios registrados: dos ya no se encuentran en funcionamiento y los cuatro restantes no brindaron la información (de forma personal, telefónica o web).

**Tabla 4**

*Representantes de los medios encuestados*

<b>N° de encuestado</b>	<b>Medio</b>	<b>Representante</b>
1	Revista Vive	Arcadio Arosemena
2	Max TV	Gioconda Juez
3	Vito TVO	María Alejandra Chirinos
4	Wilar Radio	Danny Wilka
5	Diario El Universo	Fernando Astudillo
6	Mi Ñaño TV	Andrés Kan
7	Diario La República	Carlos Jijón

Fuente: Investigación del proyecto.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

#### 3.5.1 Muestreo Censal.

El muestreo censal es aquel donde se toman en consideración todos los miembros que forman parte de una población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Debido a que la población objeto de estudio es pequeña se considera adecuado realizar un estudio censal sobre los medios de comunicación que se encuentran en la categoría de portales informativos web.

#### 3.5.2 Muestreo Aleatorio Estratificado.

Según Arias (2012) el muestreo aleatorio estratificado “consiste en dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos homogéneos en su interior. Posteriormente se hace la escogencia al azar en cada estrato” (p.84).

La importancia de realizar un muestreo aleatorio estratificado consiste en poder dividir a los miembros que pertenecen a una población basados en las características que tengan en común.

### **3.5.3 Muestreo Intencional.**

Otzen y Manterola (2017) manifiestan que el muestreo intencional “permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra sólo a estos casos. Se utiliza en escenarios en las que la población es muy variable y consiguientemente la muestra es muy pequeña” (p.230).

Este tipo de muestreo será empleado para realizar las encuestas a los medios registrados en el Cordicom, ya que, la población objeto de estudio es pequeña y se necesita tomar una muestra específica de los medios que correspondan con las características del tema que se analizará.

## **3.6 Resultado de entrevistas**

### **3.6.1 Entrevista a representantes del canal streaming Vito TVO.**

La entrevista fue realizada por el autor de este proyecto de forma presencial, los entrevistados fueron los Licenciados en Comunicación Social, Oscar Leonardo Martínez Narváez y Jefferson Paúl Merchán Tomalá, representantes del canal Vito TVO.

El canal streaming Vito TVO está a cargo de su dueño Vito Muñoz Ugarte, en sus inicios este canal empezó con una página web, luego de ello asumió el rol de canal streaming, es considerado como el primer canal streaming del Ecuador, lleva cinco años en el mercado enfocado en ofrecer contenido noticioso de calidad.

Las nuevas propuestas periodísticas generan un valor agregado para los usuarios a diferencia de las propuestas tradicionales ya existentes, si una propuesta es innovadora esta va a obtener altos volúmenes de visitas, si se aplican las estrategias digitales adecuadas. Existen en la actualidad buenas propuestas periodísticas como la del Diario la Posta (entrevistas a políticos y personajes reconocidos del medio sobre temas coyunturales asumiendo que dialogan en un bar), GK City (entrevistas de índole general y político), Diario La República (entrevistas sobre temas que tienen relevancia nacional y que implican a la ciudadanía), entre otros.

El Target de Vito TVO son personas comprendidas en el rango de edad de 18 a 35 años, sin embargo su target principal son los millenials. Los horarios donde tiene mayor acogida son en la noche. Los usuarios consumen el contenido del canal principalmente para entretenerse. Ver anexo L (parrilla de programación).

Los usuarios interactúan con el medio a través de likes y comentarios dentro de la plataforma streaming, por medio de ello el canal puede evaluar y mejorar el contenido que transmiten. La interacción con los usuarios es fundamental para generar más visitas y mayor acogida.

Las plataformas streaming brindan la oportunidad de llegar a más personas, flexibilidad para el usuario de ver el contenido cuando quiera o pueda, transmitir al instante la información por medio de la plataforma streaming. Aunque también genera ciertas desventajas, ya que, al ser un medio nuevo no toda la población lo conoce y no pueden acceder a sus contenidos, difícil monetizar los ingresos de los esfuerzos realizados, la señal es interferida en espacios cerrados por la cobertura de banda ancha.

La creación de un medio de comunicación empleando las plataformas streaming es factible, mientras que se tomen en cuenta varios factores determinantes a la hora de asumir esta gran responsabilidad, estos factores son: constancia, tiempo, recursos, propuesta periodística e innovación.

En definitiva las plataformas streaming contribuyen a la creación de nuevas propuestas periodísticas multimedia, pero se debe tener en cuenta que se requiere de muchos esfuerzos y constancia, ya que por lo general muchos medios no logran mantenerse así sus propuestas sean innovadoras y de buena calidad.

### **3.6.2 Entrevista a experto en periodismo digital.**

La presente entrevista fue realizada por el autor de este proyecto vía telefónica, obteniendo los siguientes resultados sobre el tema.

Según el entrevistado en la actualidad, la mayor parte de la población se siente identificada con las nuevas plataformas y recursos digitales que están a disposición, los usuarios hacen uso de dispositivos a cualquier hora y en cualquier lugar, para acceder a contenido que le genere entretenimiento.

Antes se consideraba que el público que consumía contenido digital eran jóvenes que no les gustaba leer y que solo optaban por videos, sin embargo, a medida que evoluciona el entorno digital se dan cuenta que esos jóvenes consumen gran cantidad de contenido periodístico.

Aunque si bien es cierto ellos buscan entretenerse, pero en muchos de los casos aprovechan la oportunidad de informarse y educarse por medio del entretenimiento. Estos usuarios están a la vanguardia de la información, se actualizan día a día con todo lo que acontece en el Ecuador y en el mundo.

Los medios que apunten a conquistar las plataformas streaming deben entender que su deber no solo es informar, sino captar la atención de estos, que representan la mayor cantidad de usuarios conectados en línea, y la forma adecuada es por medio del entretenimiento, educación e información de interés.

Los medios tradicionales hacen uso de estas plataformas, siendo ellos quienes más se adaptaron, debido a que cuentan con los recursos y los medios, a diferencia de los nativos digitales que pese a tener buenas propuestas en muchas ocasiones no cuentan con estos recursos.

El realizar nuevas propuestas periodísticas informativas repercute directamente en los esfuerzos realizados, en la mayoría de los casos los medios nativos digitales no cuentan con la constancia y experticia que los medios tradicionales.

El streaming ofrece ventajas como por ejemplo, el transmitir acontecimientos al instante, permitiendo transmitir con un dispositivo desde cualquier parte del mundo, y desventajas como el depender de plataformas de terceros quienes monetizan sus ingresos por medio del número de visitas que obtienen por los contenidos que se suben a la nube.

En el país son pocos los medios que logran monetizar sus ingresos de los esfuerzos que realizan por medio del streaming, sin embargo, existen medios tradicionales como el Comercio que hacen uso constante del streaming en plataformas como YouTube y Facebook, y que a través de estrategias logran percibir ganancias proporcionales.

Es importante que los periodistas no solo sepan el uso de las plataformas digitales existentes, sino también que el formato se ajusta mejor a cada una de ellas, que las historias son las adecuadas en cada plataforma, no todo contenido puede ser empleado en streaming.

Las nuevas propuestas no nacen necesariamente por que exista el formato streaming, sino porque los periodistas optan por emplear propuestas que encajan perfectamente con este tipo de plataformas.

### 3.7 Resultados de las Encuestas

#### 1. ¿Considera usted que las plataformas streaming impactan en el periodismo informativo? ¿Por qué?

**Tabla 5**

*Impacto de las plataformas streaming en el periodismo informativo*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	6	85,71%
No	0	0,00%
Tal vez	1	14,29%
Total	7	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

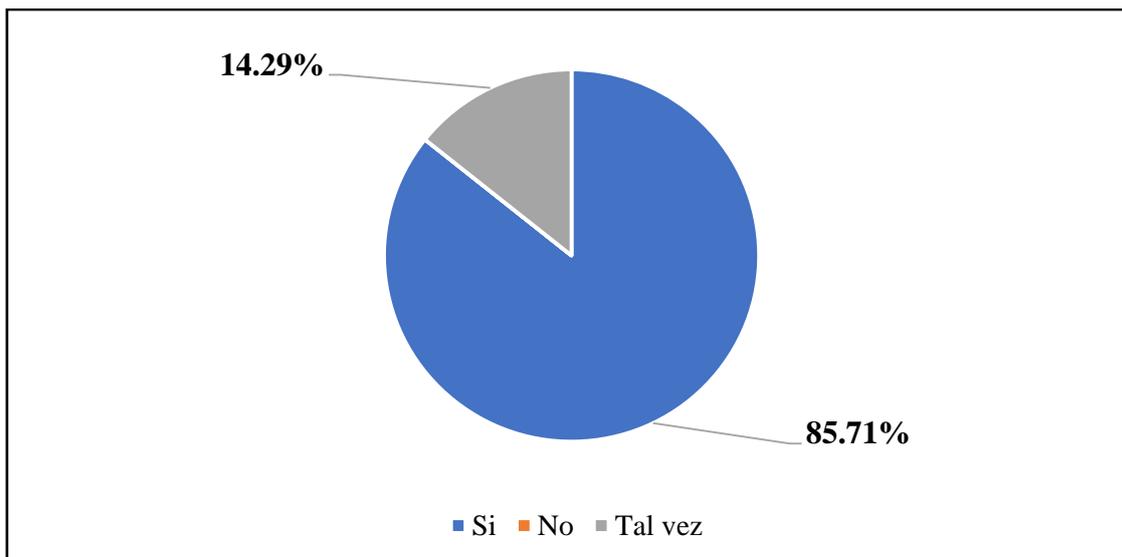


Figura 3: Impacto de las plataformas streaming en el periodismo informativo

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

Seis de los representantes encuestados consideraron que las plataformas streaming si impactan el periodismo informativo, mientras que solo uno considero que tal vez impacten.

Las razones que fundamentan estas respuestas son: capacidad fuerte de reportear contenidos desde el lugar de los hechos con una facilidad que jamás se tuvo; los jóvenes de ahora no compran periódico, no escuchan radio y no ven televisión, ellos consumen el internet; por la facilidad para que los usuarios puedan mantenerse informados donde se encuentren; por la inmediatez de la noticia y el acceso a las nuevas audiencias; han cambiado los hábitos en cómo los consumidores reciben la información, ahora son ellos los que controlan cuándo y qué ver, según sus intereses; y por qué en cierto sentido la noticia no es lo principal para los usuarios sino más bien el entretenerse con la información.

## **2. ¿Cómo cambiaron los modelos en que se transmite la información periodística con el uso de las plataformas streaming?**

Según los representantes de los medios la comunicación se ha vuelto interactiva en tiempo real, rápida y más dinámica; se da paso a un modelo multiplataforma donde se mezclan (móviles, redes sociales y apps específicas), dejando de lado el modelo clásico tradicional (radio, televisión, impreso); se tuvo que aprender de los nuevos sistemas de acceso streaming ya sea fijo o móvil; se hacen uso de diferentes dispositivos para transmitir la noticia, de esta forma la información llega de cualquier lugar y en cualquier momento.

### 3. ¿Cómo se da la interacción por medio de las plataformas streaming?

**Tabla 6**

*Interacción por medio de las plataformas streaming*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Likes	6	30%
Comentarios	5	25%
Compartir Publicaciones	5	25%
Retuit	3	15%
Otros	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

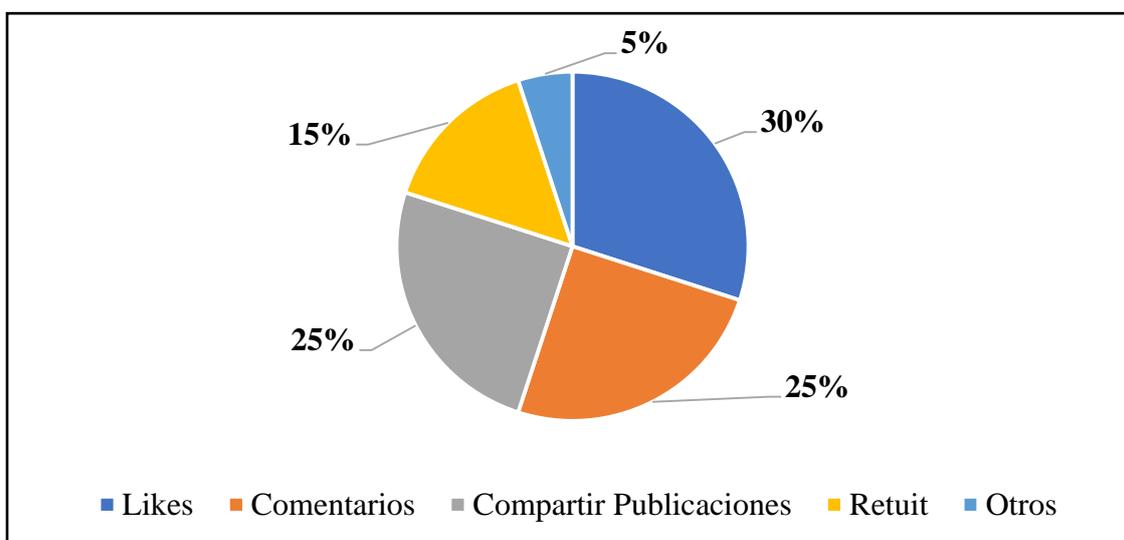


Figura 4: Interacción por medio de las plataformas streaming

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

Seis de los medios indicaron que la interacción por medio de las plataformas streaming se da por medio de likes, cinco consideran que se da por medio de comentarios y compartir publicaciones, tres por medio de Retuit y uno por medio de llamadas telefónicas.

**4. ¿Considera usted que las plataformas streaming permiten la creación y difusión de nuevas propuestas multimediales? De ser afirmativa su respuesta ¿cuáles?**

**Tabla 7**

*Cambio de los modelos en que se transmite la información*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

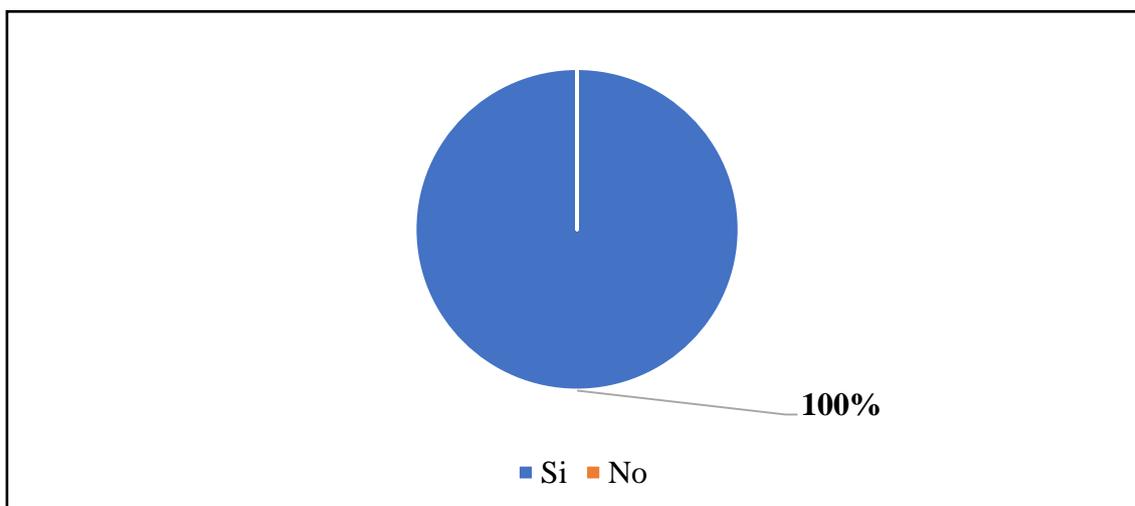


Figura 5: Cambio de los modelos en que se transmite la información

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

Los siete representantes de los medios consideraron que las plataformas streaming fomentan la creación de nuevas propuestas periodísticas informativas, puesto que, contribuye a que tanto los periodistas como los medios empleen estas nuevas formas de comunicar y desarrollen iniciativas que llamen la atención de las audiencias.

Para los encuestados el mundo de los Youtubers ha generado nuevas propuestas, cómo Instagram ha generado un mundo de contenidos distintos a través de sus historias (una narrativa que la usan medios tradicionales cada vez más). Y la fusión de plataformas streaming en los sitios web generan nuevas formas narrar las cosas. También los realities webinar y entrevistas con personajes reconocidos nacionales.

## 5. ¿Qué tipo de audiencia consume información periodística por medio de las plataformas streaming? ¿Cómo hacen uso de ellas?

**Tabla 8**

*Tipo de audiencia*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Jóvenes	6	43%
Adultos	5	36%
Tercera edad	3	21%
Total	14	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

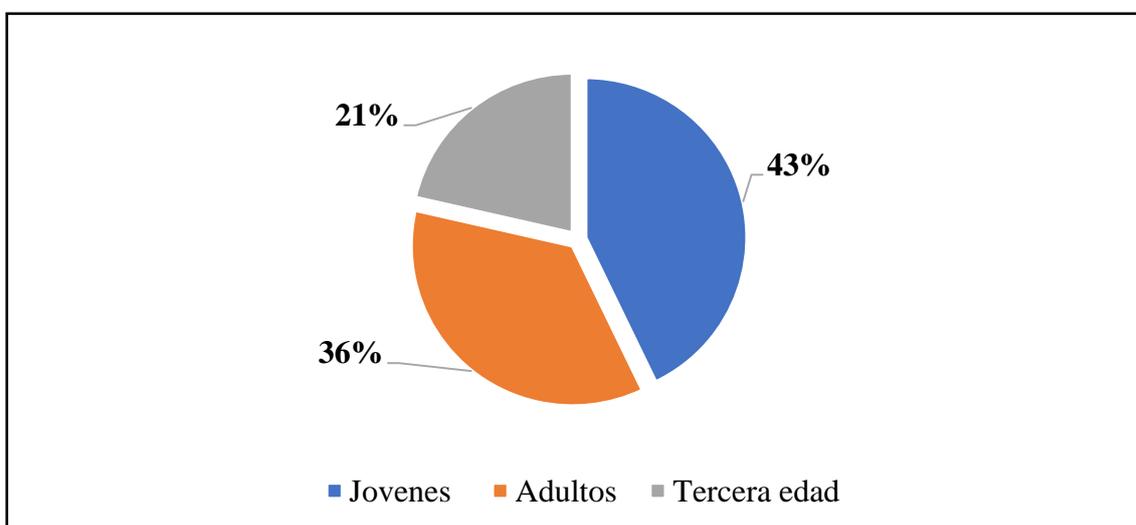


Figura 6: Tipo de audiencia

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

Seis de los representantes indicaron que el tipo de audiencia que consume contenido periodístico por medio de las plataformas streaming son los jóvenes, cinco que son los adultos y tan solo tres que son las personas de la tercera edad.

Se puede inferir que a medida que las edades aumentan en los usuarios el consumo de este tipo de contenidos es menor, la forma de consumir de estas audiencias se da por medios móviles, tablets, computadoras. Sin embargo, los encuestados mencionan que el consumo de contenido también va a depender de a quien este dirigido este.

## 6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de las plataformas streaming?

**Tabla 9**

*Ventajas y desventajas de las plataformas streaming*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
Rapidez	Dependencia de plataformas de terceros
Instantaneidad	Poco cuidado en los detalles de producción
Llegar a grandes audiencias	Streaming móvil limitado
Multimedialidad	Cobertura limitada
Pocos recursos	Poco apoyo de las empresas
Disponibilidad de horarios	Monetización de las acciones realizadas

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

De acuerdo con los encuestados las plataformas streaming presentan ciertas ventajas, entre las principales y más nombradas están: la rapidez, instantaneidad, y multimedialidad para transmitir la información; el poder llegar a grandes audiencias por medio de cualquier dispositivo electrónico desde cualquier lugar y momento; utilización de pocos recursos, ya que, los costos son inferiores y se requiere de menor personal.

En cuanto a las desventajas los encuestados consideran que están son: la dependencia de plataformas de terceros, debido a que en la mayor parte de los casos se emplean plataformas streaming gratuitas como las de Facebook, Twitter, Instagram, entre otras; los planes de datos de datos que ofertan las operadoras para móviles son limitados en la mayoría de los casos, así como la cobertura que en ciertas zonas no llega como debería para transmitir contenido; poco cuidado en los detalles para realizar las transmisiones, se requiere de equipos que ayuden a que la calidad de esta sea excelente tanto en audio como en video; existe poco apoyo de las empresas cuando se tratan de propuestas nuevas; la monetización de las acciones lleva tiempo y por ende se debe esperar un cierto tiempo para obtener dividendos de lo que se ha realizado.

**7. ¿Considera que las plataformas streaming facilitan la creación de nuevos emprendimientos periodísticos informativos? ¿Por qué?**

**Tabla 10**

*Nuevos emprendimientos periodísticos por medio de las plataformas streaming*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).



Figura 7: Creación de nuevos emprendimientos periodísticos por medio de las plataformas streaming

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Vélez Albán, B (2018).

Los siete representantes manifestaron que las plataformas streaming si facilitan la creación de nuevas propuestas periodísticas. Definitivamente estas plataformas dan la oportunidad a pequeños y nuevos proyectos de tener un espacio por los bajos costos de esta plataforma, la disponibilidad de horarios sin interrupciones y el manejo de poco personal para la producción, además mencionan que ayudan a diversificar la demanda de contenidos.

En general, la narrativa digital (instantánea, económica, democratizadora) es la que facilita los emprendimientos. La integralidad de un emprendimiento es la clave, no solo una parte streaming, sino una narrativa digital completa.

## **8. ¿Qué recursos se necesitan para emprender un proyecto periodístico vía streaming?**

Para los encuestados se requiere de un entendimiento sólido de la misión periodística (no es un asunto de saber de tecnología nada más; es un asunto de entender lo que significa hacer periodismo). De allí, es importante tener un buen manejo del diálogo, manejo de entrevistas; conocer las herramientas para hacer periodismo con plataformas móviles. Incluir en el equipo a gente con diversos conocimientos, entre ellos quien maneje la parte de negocios. Muchos emprendimientos periodísticos fracasan porque se llenan solo de periodistas, y no sobreviven al manejo económico.

Dentro de los recursos necesarios se encuentran: poder de decisión, personal, computadores, teléfonos, un estudio, consolas, micrófonos, cámaras y contratar los servicios de streaming.

## **9. ¿Cómo podrían los medios de comunicación nacional aprovechar al máximo las plataformas streaming?**

Los encuestados mencionaron que se debe transmitir contenidos desde el lugar de los hechos. Usando las redes sociales para ello, derivando el público a sus sitios web. Haciendo un cruce de contenidos en sus diversas plataformas para que los públicos diversos encuentren el material en los espacios en los que prefieran.

Así como también poner a un equipo que se dedique a trabajar diariamente en esta área, dotarlos de tecnología, publicar noticias que otros medios no lo hacen, ampliar el alcance de la audiencia, creación de nuevos portales y plataformas segmentadas con propuestas más accesibles que exige la audiencia digital.

Por otro lado mencionan que las empresas deben apoyar para que este tipo de negocios salgan adelante, los costos de internet deben reducirse.

## **10. ¿Cuál es la mejor forma de emplear las plataformas streaming para realizar periodismo informativo?**

La mejor forma de emplear las plataformas streaming para los encuestados es elegir plataformas serias y formales para realizar la labor informativa, transmisión en vivo desde el lugar que se da la noticia, difusión en redes sociales y grupos de interés por medio del marketing digital, participación de las audiencias, aprovechamiento de las diversas plataformas y herramientas que se encuentran en el medio.

## **CAPÍTULO IV**

### **INFORME FINAL**

### **CONCLUSIONES**

Las plataformas streaming en los últimos años tomaron valor dentro del consumo de información periodística, cada vez son más los medios de comunicación tanto tradicionales como nativos digitales que emplean este tipo de plataformas para emitir contenidos noticiosos. Gracias al streaming los modelos en que se transmitía la información se modificaron, permitiendo que sea interactiva en tiempo real, mucho más rápida, dinámica y accesible, dejando atrás el modelo clásico tradicional como lo eran la televisión, el impreso y la radio, para pasar a un modelo multiplataforma.

En la ciudad de Guayaquil existen varias nuevas propuestas periodísticas por medio de las plataformas streaming, algunas de ellas están teniendo un alto impacto en la población no solo a nivel local sino nacional e internacional, puesto que el medio lo permite. Entre ellas se puede mencionar al Diario La Posta, GK City, Vito TVO, Teleamazonas, Diario la República, Wilar Radio. Estos medios dentro de sus propuestas periodísticas apuntan con un nuevo estilo y la adopción de escenarios, así como formas de comunicar innovadoras, cautivando a ese gran público que consume contenidos streaming.

El tipo de audiencia a la que apuntan los medios es a la generación de los millenials, puesto que, ellos están más involucrados con las nuevas tecnologías de la información y comunicación, sin embargo emiten contenidos para distintas edades y grupos de usuarios. La usabilidad por parte de los usuarios se da en gran medida por que buscan entretenerse, por tal motivo ya no es necesario solo informar, sino que más bien generar y crear contenido periodístico que incite a los usuarios a entretenerse e interactuar sobre los temas que se emitan.

La interacción que se lleva a cabo por parte de los usuarios con los medios de comunicación se da principalmente a través de los likes, comentarios y el compartir las publicaciones. Los medios aprovechan estas interacciones para realizar análisis de cómo mejorar los contenidos que emiten, los usuarios actúan como prosumidores de la información generando que estos contenidos tengan una positiva como negativa repercusión, y esto va a depender del tipo de contenido que se emita, ya que, los usuarios están a la vanguardia de la información y del acontecer mundial.

Las principales ventajas que brindan las plataformas streaming son el transmitir la información en tiempo real de forma rápida, alta cobertura superando las barreras geográficas y culturales, exige bajos costos y pocos recursos a diferencia de un medio tradicional; uso de los múltiples recursos multimedias que se ofrecen en el medio También presentan ciertas desventajas como por ejemplo: el depender de plataformas de terceros, monetizar las acciones, descuido en la producción por transmitir al instante, poca cobertura en ciertas zonas y alto costo de planes de datos para los móviles.

Es factible la creación de un medio por medio de las plataformas streaming, por que contribuyen de forma significativa a que el periodismo pueda presentar la información de una forma diferente, agregándole valor al contenido que se emite y aprovechando de forma sustancial los beneficios que ofrecen este tipo de plataformas digitales, para la construcción de nuevas propuestas periodísticas informativas.

La creación de un medio a través de las plataformas streaming es factible, debido a que estas ofrecen muchos beneficios, uno de ellos es el poco recurso que se necesita a diferencia de crear un medio tradicional, solo se necesita de acceso a internet y dispositivos electrónicos para empezar a transmitir información streaming, los medios nativo digitales son un ejemplo de esto, muchas de estas iniciativas nacieron a raíz del acceso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el Ecuador, permitiendo que cualquiera pueda acceder y difundir información, sin embargo el éxito de un medio va a depender de la propuesta periodística que emplee y de como hacen uso de los recursos que tienen a su disposición.

Para finalizar, las plataformas streaming contribuyen de forma significativa a que el periodismo pueda presentar la información de una forma diferente, agregándole valor al contenido que se emite y aprovechando de forma sustancial los beneficios que ofrecen este tipo de plataformas digitales, para la construcción de nuevas propuestas periodísticas informativas.

## RECOMENDACIONES

Los medios deben aprovechar la interactividad, la dinámica y el acceso que brinda la comunicación actual por medio de personal adecuado y capacitado; transmitir eventos, entrevistas y noticias en vivo; difundir la información en los diferentes canales digitales que tengan a su disposición; uso correcto de los elementos multimedia; contenido fresco y veraz; materiales y equipos necesarios para comunicar; idea innovadora, etc.

Para llevar a cabo las nuevas propuestas periodísticas es fundamental que los medios guayaquileños transmitan contenidos coherentes con los objetivos y las propuestas que se han fijado, deben ser constantes y mantener la línea periodística, con contenido fresco y relevante, dejando de lado el amarillismo y demás formas de desinformación, los usuarios valoran la calidad de los contenidos.

Los millenials son quienes predominan el consumo de este tipo de contenido, por lo que es recomendable que las nuevas propuestas se ajusten a ellos sin dejar de lado a los demás consumidores, si un contenido genera interés va a desencadenar que este sirva como prosumidor de la información y atraiga la atención de nuevos usuarios. Los medios deben entender que el contenido que transmiten no solo debe informar, sino buscar nuevas formas de comunicar, de esta forma el usuario no solo busque información de interés sino que además se entretenga con lo que consume.

Para generar una mayor interacción con los usuarios los medios deben apuntar a crear propuestas periodísticas que destaquen de las demás, aprovechar al máximo las plataformas streaming y vincular sus contenidos con las demás plataformas existentes, no obstante, es imperativo que se tome en cuenta los parámetros que cada tipo de plataforma requiere, no todo contenido puede ser streaming, por lo cual, se debe tener pleno conocimiento de las funciones y características que cada plataforma ofrece.

Los medios de comunicación deben evaluar las ventajas y desventajas que presentan las plataformas streaming, con la finalidad de tomar las mejores decisiones y acciones para llegar a su mercado potencial con la oferta de nuevas propuestas periodísticas multimedia.

Aunque es factible la creación de un medio en plataformas streaming, es importante que se tenga en consideración que cualquier medio que quiera emplear estas plataformas deberá administrar y aprovechar los recursos con los que cuente, además de plantearse objetivos claros para llevar a cabo una propuesta periodística innovadora.

Los medios de comunicación deben marcar una diferencia en la forma en como comunican la información por medio de sus nuevas propuestas periodísticas, dándole un valor a lo que comunican y diferenciándose de los demás medios, empleando todas las herramientas disponibles para que puedan obtener los resultados esperados por medio del streaming, asimismo trazarse una visión clara de lo que deseen obtener en un tiempo determinado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre Mayorga, C., Odriozola Chené, J., & Bernal Suárez, J. (2015). *Universidad de los Hemisferios*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de Universidad de los Hemisferios:  
<http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/429/1/LibroActasFelafacs2015.pdf>
- América Retail*. (30 de Junio de 2014). Recuperado el 4 de Enero de 2019, de América Retail: <https://www.america-retail.com/estudios-consumidores/conozca-las-caracteristicas-del-prosumidor-en-la-era-digital/>
- Aparici, R., & García Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Revista Comunicar*, 26(55), 71-79. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de  
<https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=55&articulo=55-2018-07>.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación* (6ta ed.). Venezuela: Episteme. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018
- Baena Paz, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Patria. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de  
<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>
- Barria, M., & Hales, E. (2013). *Universidad Técnica Federico Santa María*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de Universidad Técnica Federico Santa María:  
[http://profesores.elo.utfsm.cl/~agv/elo322/1s13/project/reports/Tecnologia\\_Streaming.pdf](http://profesores.elo.utfsm.cl/~agv/elo322/1s13/project/reports/Tecnologia_Streaming.pdf)
- Barrios Pérez, E., Mar Vázquez, G., Barragán Villareal, M., & Villareal Morales, C. (2016). Hacia la evolución de los géneros periodísticos. *Revista Iberoamericana de Ciencias*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de Revista Iberoamericana de Ciencias: <http://www.reibci.org/publicados/2016/oct/1800108.pdf>
- Bembibre, C. (26 de Noviembre de 2015). *Definición ABC*. Recuperado el 1 de Abril de 2019}, de Definición ABC:  
<https://www.definicionabc.com/general/informativo.php>
- Boude Figueredo, O. (2014). *Universidad de la Sabana*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de Universidad de la Sabana:  
[http://recursos.portaleducoas.org/sites/default/files/usuarios\\_academicos\\_de\\_la\\_interactividad\\_Selectiva\\_y\\_Comunicativa1.pdf](http://recursos.portaleducoas.org/sites/default/files/usuarios_academicos_de_la_interactividad_Selectiva_y_Comunicativa1.pdf)
- Castillo Fernández, S. (2014). *Universidad Rey Juan Carlos*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de Universidad Rey Juan Carlos:  
[https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12192/TFG\\_CastilloFern%C3%A1ndezSusana\\_Febrero\\_13-14.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12192/TFG_CastilloFern%C3%A1ndezSusana_Febrero_13-14.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- ComScore. (2015). *ComScore*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de ComScore: [https://insights.ims.corporate.com/files-web/IMS\\_Video\\_in\\_LatAm\\_study\\_ES.pdf](https://insights.ims.corporate.com/files-web/IMS_Video_in_LatAm_study_ES.pdf)
- Coordinación de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación*. (2017). Recuperado el 5 de Enero de 2019, de Coordinación de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación: <http://www.cordicom.gob.ec/rpm/>
- Cordicom*. (2018). Recuperado el 25 de Enero de 2019, de Cordicom: [http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm\\_2018/distribucion\\_medios\\_nacional.html](http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm_2018/distribucion_medios_nacional.html)
- Cordicom*. (2018). Recuperado el 5 de Febrero de 2019, de Cordicom: <http://www.cordicom.gob.ec/rpm/>
- Cuen Michel, C., & Ramírez Romero, J. (2013). *Universidad Nacional de Educación a Distancia*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de Universidad Nacional de Educación a Distancia: [https://www.uned.ac.cr/academica/edutec/memoria/ponencias/cuen\\_ramirez\\_133.pdf](https://www.uned.ac.cr/academica/edutec/memoria/ponencias/cuen_ramirez_133.pdf)
- Diario América Retail. (11 de Junio de 2018). *Diario América Retail*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de Diario América Retail: <https://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-streaming-una-guerra-de-contenidos-que-transforman-a-la-radio-y-la-tv/>
- Diario El Comercio, España. (s.f). *Diario El Comercio, España*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de Diario El Comercio, España: [http://canales.elcomercio.es/extras/programa\\_escolar/pdf/manual\\_1.pdf](http://canales.elcomercio.es/extras/programa_escolar/pdf/manual_1.pdf)
- Diario El Cronista*. (26 de Marzo de 2018). Recuperado el 5 de Febrero de 2019, de Diario El Cronista: <https://www.cronista.com/controlremoto/Por-cada-nuevo-abonado-de-TV-paga-ya-se-suman-tres-a-las-plataformas-de-streaming-20180326-0015.html>
- Diario El Telégrafo*. (22 de Agosto de 2014). Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de Diario El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/espectaculos/10/jose-delgado-salto-de-la-tv-al-youtube-video>
- Diario El Telégrafo*. (23 de Febrero de 2018). Recuperado el 5 de Febrero de 2019, de Diario El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/la-tv-pagada-se-estanca-frente-a-opciones-online>
- Diario La Nación. (26 de Mayo de 2017). La generación streaming se adueñó de la audiencia. *Diario La Nación*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2018, de <https://www.lanacion.com.ar/2026979-la-generacion-streaming-se-adueno-de-la-audiencia>
- Diario Última Hora*. (1 de Mayo de 2018). Recuperado el 2 de Enero de 2019, de Diario Última Hora: <https://ultimahoraec.com/vito-tvo-4-anos-siendo-el-pionero-del-streaming-en-el-ecuador/>

- García Alejandro, J., Parra Terán, V., & Miño, P. (2015). *Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2018, de Escuela Superior Politécnica del Litoral:  
<http://www.edcom.espol.edu.ec/sites/edcom.espol.edu.ec/files/proyecto14.pdf>
- González, M. (2016). Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general. *Revista Opción*, 32(7), 746-766. Recuperado el 5 de Enero de 2019, de  
<https://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>
- González Ramón, S. (2017). *Universidad Técnica Particular de Loja*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de Universidad Técnica Particular de Loja:  
<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/21368/1/González%20Ramón%20%20Silvio%20Bosco%20-%20tesis.pdf>
- Grande, M., Cañon, R., & Cantón, I. (2016). Tecnologías de la Información y Comunicación. *IJERI: Revista Internacional de la Investigación e Innovación Educativa*(6), 218-230. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de  
<https://upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/download/1703/1559>
- Hernández Hermosillo, S. (2014). *Universidad del Estado de Hidalgo*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2018, de Universidad del Estado de Hidalgo:  
[http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/seminario\\_de\\_inv/UNIDAD%204/proceso7/lec\\_p71014\\_importancia\\_fichas\\_trabajo.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/seminario_de_inv/UNIDAD%204/proceso7/lec_p71014_importancia_fichas_trabajo.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México: McGrawHill. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metología de la Investigación* (4ta ed.). McGraw Hill. Recuperado el 7 de Septiembre de 2017, de  
[http://files.especializacion-tig.webnode.com/200000775-097910b6c0/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006\\_ocr.pdf](http://files.especializacion-tig.webnode.com/200000775-097910b6c0/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf)
- Herrero de la Fuente, M. (2017). Nuevas fórmulas para la televisión en directo: el uso de Facebook Live en Atresmedia. *Miguel Hernández Communication Journal*(8), 521-563. Recuperado el 4 de Diciembre de 2018
- Instituto Internacional Español de Marketing Digital. (Junio de 2018). *Instituto Internacional Español de Marketing Digital*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de Instituto Internacional Español de Marketing Digital:  
<https://iiemd.com/streaming/que-es-streaming>
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2012). *Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado:  
[http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/pdf/M1/M1.3.Analisis\\_generos\\_periodisticos\\_30\\_08\\_2012.pdf](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/pdf/M1/M1.3.Analisis_generos_periodisticos_30_08_2012.pdf)

- Interactive Advertising Bureau.* (2017). Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de Interactive Advertising Bureau: [http://iabecuador.com/doc/EstudioDigital2017\\_IAB.pdf](http://iabecuador.com/doc/EstudioDigital2017_IAB.pdf)
- Interactive Advertising Bureau.* (2017). Recuperado el 2 de Diciembre de 2018, de Interactive Advertising Bureau: [http://iabecuador.com/doc/EstudioDigital2017\\_IAB.pdf](http://iabecuador.com/doc/EstudioDigital2017_IAB.pdf)
- International Telecommunications Union.* (2013). Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de International Telecommunications Union: <https://www.itu.int/en/wtpf-13/Documents/backgrounder-wtpf-13-broadband-es.pdf>
- Intriago Acuña, E. (2016). *Universidad Politécnica de Madrid.* Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de Universidad Politécnica de Madrid: [http://www.dit.upm.es/~posgrado/doc/TFM/TFMs2015-2016/TFM\\_Erika\\_del\\_Rocio\\_Intriago\\_Acuna\\_2016.pdf](http://www.dit.upm.es/~posgrado/doc/TFM/TFMs2015-2016/TFM_Erika_del_Rocio_Intriago_Acuna_2016.pdf)
- Irigaray, F. (2015). *El periodismo en la era de la movilidad* (1era ed.). Argentina: Universidad Nacional de Rosario. Recuperado el 15 de Diciembre de 2018
- Knight Center. (2017). *Periodismo Innovador en América Latina.* Universidad de Texas en Austin. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de <https://knightcenter.utexas.edu/books/PeriodismoinnovadorenaAmericaLatina.pdf>
- Lamo de Espinosa, M. (2013). *Universidad Cardenal Herrera.* Recuperado el 5 de Enero de 2019, de Universidad Cardenal Herrera: [https://www.uchceu.es/actividades\\_culturales/2013/congresos/documentos/marta\\_perlado\\_nuevas\\_oportunidades\\_com\\_digital.pdf](https://www.uchceu.es/actividades_culturales/2013/congresos/documentos/marta_perlado_nuevas_oportunidades_com_digital.pdf)
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Revista Icono14*, 14, 71-94. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/902/542/>.
- López Roldan, P., & Facheli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1era ed.). Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado el 15 de Diciembre de 2018
- López Roldan, P., & Facheli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1era ed.). Barcelona, España: universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado el 15 de Diciembre de 2018
- Mancebo, M. (2016). Innovación en formatos audiovisuales. *Miguel Hernández Communication Journal*, 325-349. Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5794585.pdf>
- Marqués Asensio, F. (2015). *Técnicas de Investigación de Mercados.* Madrid, España: RC Libros. Recuperado el 10 de Febrero de 2019
- Medios Públicos.* (2017). Recuperado el 2 de Enero de 2019, de Medios Públicos: <https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2017/junio/LEY-ORGANICA-DE-COMUNICACIONO.pdf>

- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.* (2016). Recuperado el 2 de Enero de 2019, de Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del Ecuador. (2015). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del Ecuador*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2018, de Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del Ecuador: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-evolucion-a-en-las-tic-para-atender-a-sus-ciudadanos/>
- Ministerio de Turismo.* (2016). Recuperado el 2 de Enero de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/CONSTITUCI%C3%93N-DE-LA-REP%C3%9ABLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Odrizola Chéné, J., & Marqués Pascual, J. (2017). Los cibermedios ecuatorianos en Twitter. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*(14), 229-248. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/374>
- Orihuela, J. (2012). *80 claves sobre el futuro del periodismo* (1era ed.). Madrid, España: Anaya Multimedia. Recuperado el 5 de Enero de 2019
- Otzen, T., & Manterola, C. (Marzo de 2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-95022017000100037](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037)
- Pereira Fariña, J. (2012). *Universidad de Santiago Compostela*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2018, de Universidad de Santiago Compostela: <https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/3712/RiveraRogel.pdf?sequence>
- Pérez, P. (20 de Abril de 2016). *Diario El País*. Recuperado el 28 de Agosto de 2018, de Diario El País: [https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302\\_620130.html](https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html)
- Punín Larrea, M., Rivera Rogel, D., & Marín Gutiérrez, I. (2014). El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 1(1), 1-20. Recuperado el 5 de Enero de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/267450066\\_El\\_periodista\\_digital\\_en\\_Ecuador\\_Reflexiones\\_desde\\_la\\_academia](https://www.researchgate.net/publication/267450066_El_periodista_digital_en_Ecuador_Reflexiones_desde_la_academia)

- Punín, I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: Perspectivas de futuro. *Revista Comunicar*, 21(42), 199-207. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de <http://www.redalyc.org/html/158/15830197022/>
- Rangel, L., Dalla Costa, A., Muñoz Cano, J., Caldaroni, S., Soto Acebal, V., Navarro, D., & Bernal, M. (2015). *Universidad de Palermo*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de Universidad de Palermo: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/25178\\_87156.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25178_87156.pdf)
- Rivera Costales, J. (Junio de 2013). Medios digitales en Ecuador. *Revista Chasqui*(122), 112-117. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de Revista Latinoamericana de Comunicación: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/79>
- Rocha, D. (2013). *Universidad del Atlántico de Colombia*. Recuperado el 5 de Enero de 2019, de Universidad del Atlántico de Colombia: [ttp://ojs.uac.edu.co/index.php/arte-diseno/article/download/380/349](http://ojs.uac.edu.co/index.php/arte-diseno/article/download/380/349).
- Rodríguez Ferrándiz, R., & Tur Viñez, V. (2015). *Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político*. Tenerife, España: Sociedad Latina de Comunicación Social. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de <file:///C:/Users/PC/Downloads/RODRIGUEZyMOLPECERES.Panzerchocolate.pdf>
- Roggiero, G., & Vera, E. (2014). *Universidad ESTATAL Península de Santa Elena*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de Universidad ESTATAL Península de Santa Elena: <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3833/1/UPSE-TCS-2014-0012.pdf>
- Romero Fiallos, M. (2016). *Vito: Lo que faltaba por saberse* (1era ed.). Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 2 de Enero de 2019
- Ruano López, S. (2013). Los contenidos audiovisuales en internet y su impacto en la televisión. *Revista Razón y Palabra*(83). Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/28\\_Ruano\\_V83.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/28_Ruano_V83.pdf)
- Ruiz Cartagena, J. (2017). Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. *Miguel Hernández Communication Journal*, 8(12), 347-367. Recuperado el 1 de Abril de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6120205.pdf>.
- Ruiz Medina, M., Borboa Quintero, M., & Rodríguez Valdez, J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Revista Tlatemoani*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- Ruiz Medina, M., Borboa Quintero, M., & Rodríguez Valdez, J. (2013). El enfoque mixto de la investigación en los estudios fiscales. *Tlatemoani: Revista Académica de Investigación*(13), 1-25. Recuperado el 28 de Enero de 2019, de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>

- Ruta Networking. (27 de Febrero de 2018). *Ruta Networking*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2018, de Ruta Networking: <http://rutanetworking.com/la-importancia-del-streaming-en-los-eventos/>
- Sánchez Galiano, G. (2015). *Estudio comparativo de servidores multimedia* (1era ed.). Área de Innovación y Desarrollo. Recuperado el 1 de Abril de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/download/libro/581293.pdf>.
- Sánchez Vega, C. (2015). *Universidad de San Martín de Porres*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de Universidad de San Martín de Porres: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6068743.pdf>
- Secretaría Nacional de Comunicación. (2014). *Secretaría Nacional de Comunicación*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2018, de Secretaría Nacional de Comunicación: <https://www.comunicacion.gob.ec/el-periodismo-en-el-ecuador-tras-el-legado-de-eugenio-espejo/>
- Shooowit. (10 de Mayo de 2016). *Shooowit*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de Shooowit: <http://shooowit.com/2016/05/10/un-poco-de-historia-los-origenes-del-streaming/>
- Solís, L., Magaña, M., & Muñoz, H. (2016). *Manual básico de video para la comunicación y el periodismo de ciencia* (1era ed.). México: Universidad Autónoma de México. Recuperado el 15 de Diciembre de 2018
- Universidad Oberta de Catalunya*. (s.f). Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de Universidad Oberta de Catalunya: [http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90\\_574b/web/main/m1/c2/5.html](http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_574b/web/main/m1/c2/5.html)
- USAstreams. (febrero de 2018). *USAstreams*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de USAstreams: <http://www.usastreams.com/blog-tecnologia/3270/el-consumo-de-contenidos-online-legales-via-streaming-se-incrementa/>
- Yumagic. (16 de Junio de 2016). *Yumagic*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2018, de Yumagic: <https://yumagic.com/ventajas-desventajas-streaming/>

## ANEXOS

### Anexo 1. Medios de Comunicación

N°	NOMBRE DEL MEDIO	SERVICIO	TIPO DE MEDIO
1	REVISTA TURISMO & COMERCIO	REVISTAS	PRIVADO
2	REVISTA VACILÓN DEPORTIVO	REVISTAS	PRIVADO
3	REVISTA DESTINOS	REVISTAS	PRIVADO
4	RADICAL MAGAZINE	REVISTAS	PRIVADO
5	SADHANA	REVISTAS	PRIVADO
6	TU ZONA	REVISTAS	PRIVADO
7	REVISTA AMIGOS CON COLA	REVISTAS	PRIVADO
8	REVISTA PLANA MUNDIAL	REVISTAS	PRIVADO
9	REVISTA TROPICAL PLANET	REVISTAS	PRIVADO
10	REVISTA ZONALIBRE	REVISTAS	PRIVADO
11	REVISTA GLORIA SALTOS	REVISTAS	PRIVADO
12	REVISTA VIVE	REVISTAS	PRIVADO
13	REVISTA DEL RIO	REVISTAS	PRIVADO
14	EL DERBY	REVISTAS	PRIVADO
15	REVISTA CIMA	REVISTAS	PRIVADO
16	TELEBUS	REVISTAS	PRIVADO
17	REVISTA CULTURISARTE	REVISTAS	PRIVADO
18	REVISTA EDUCACIÓN	REVISTAS	PRIVADO
19	REVISTA LA VERDAD	REVISTAS	PRIVADO
20	REVISTA LA ONDA	REVISTAS	PRIVADO
21	CASA HOGAR	REVISTAS	PRIVADO
22	REVISTA MAMÁ	REVISTAS	PRIVADO
23	E MAGAZINE	REVISTAS	PRIVADO
24	HOGAR NOVIAS	REVISTAS	PRIVADO
25	REVISTA ESTADIO	REVISTAS	PRIVADO
26	REVISTA SAMBORONDÓN	REVISTAS	PRIVADO
27	REVISTA ENCONTEXTO	REVISTAS	PRIVADO
28	HOGAR COCINA	REVISTAS	PRIVADO
29	REVISTA HOLA ECUADOR	REVISTAS	PRIVADO
30	REVISTA AMÉRICA ECONOMÍA ECUADOR	REVISTAS	PRIVADO
31	REVISTA ESTUDIANTES 2000	REVISTAS	PRIVADO
32	HOGAR BELLEZA Y MODA	REVISTAS	PRIVADO
33	REVISTA AGROPRODUCCIÓN	REVISTAS	PRIVADO
34	REVISTA MARIELA	REVISTAS	PRIVADO

35	REVISTA LIGANDO FRONTERAS	REVISTAS	PRIVADO
36	HOGAR FIESTAS	REVISTAS	PRIVADO
37	REVISTA CAMPOADENTRO	REVISTAS	PRIVADO
38	REVISTA ZAFRERO	REVISTAS	PRIVADO
39	REVISTA LA OTRA	REVISTAS	PRIVADO
40	REVISTA HOGAR	REVISTAS	PRIVADO
41	REVISTA VALLES	REVISTAS	PRIVADO
42	EDITORIAL VISTAZO	REVISTAS	PRIVADO
43	REVISTA LA FIJA	REVISTAS	PRIVADO
44	THE ECONOMIST EL MUNDO 2016	REVISTAS	PÚBLICO
45	EMBARAZO Y PARTO	REVISTAS	PRIVADO
46	REVISTA GENERACIÓN 21	REVISTAS	PRIVADO
47	REVISTA EL AGRO	REVISTAS	PRIVADO
48	REVISTA EMPRENDE	REVISTAS	PRIVADO
49	REVISTA COSTA	REVISTAS	PRIVADO
50	REVISTA CELCA	REVISTAS	PÚBLICO
51	REVISTA CAPTUR NEWS	REVISTAS	PÚBLICO
52	SEMANARIO EL OBSERVADOR	PERIÓDICOS	PRIVADO
53	GUAYATAXI	PERIÓDICOS	PRIVADO
54	PERIÓDICO VIVE	PERIÓDICOS	PRIVADO
55	PERIÓDICO EL P-CREO	PERIÓDICOS	PRIVADO
56	DIARIO QUÉ	PERIÓDICOS	PRIVADO
57	EL FARO	PERIÓDICOS	PRIVADO
58	REVISTA POSITIVA	PERIÓDICOS	PRIVADO
59	EL PROGRESO	PERIÓDICOS	PRIVADO
60	VIVA GUAYAQUIL	PERIÓDICOS	PRIVADO
61	EXTRA	PERIÓDICOS	PRIVADO
62	NOTIPAÍS	PERIÓDICOS	PRIVADO
63	EL UNIVERSO	PERIÓDICOS	PRIVADO
64	EXPRESO	PERIÓDICOS	PRIVADO
65	PERIÓDICO EL DESPERTAR	PERIÓDICOS	PRIVADO
66	SUPÉR	PERIÓDICOS	PRIVADO
67	EL TELÉGRAFO	PERIÓDICOS	PÚBLICO

<b>N°</b>	<b>NOMBRE DEL MEDIO</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>TIPO DE MEDIO</b>
1	RADIO MIX FM	FM	PRIVADO
2	TELERADIO 1350 AM	AM	PRIVADO
3	RADIO PLAYERA	AM	PRIVADO
4	RADIO ATALAYA	AM	PRIVADO
5	RADIO UNIVERSAL	AM	PRIVADO
6	RADIO CRISTAL 870 KHZ	AM	PRIVADO
7	RADIO FILADELFIA	AM	PRIVADO
8	RADIO GALÁCTICA	AM	PRIVADO
9	SAN FRANCISCO	AM	PRIVADO
10	RADIO UNO 580 AM	AM	PRIVADO
11	RADIO Z UNO	AM	PRIVADO
12	RADIO CARAVANA	AM	PRIVADO
13	RADIO HUANCABILCA 830 AM	AM	PRIVADO
14	RADIO SUCRE 700 AM	AM	PRIVADO
15	RADIO MORENA 640 AM	AM	PRIVADO
16	RADIO REVOLUCIÓN	AM	PRIVADO
17	SUPER K800	AM	PRIVADO
18	RADIO EXCELSIOR ESTUDIO	AM	PRIVADO
19	RADIO ECUANTENA	AM	PRIVADO
20	RADIO PROGRAMAS DEL ECUADOR	AM	PRIVADO
21	RADIO CRE SATELITAL	AM	PRIVADO
22	RADIO CARROUSEL	FM	PRIVADO
23	WQRADIO	FM	PRIVADO
24	RADIO ROMANCE 90.1 FM	FM	PRIVADO
25	ONA POSITIVA	FM	PRIVADO
26	METRO ESTÉREO	FM	PRIVADO
27	RADIO DISNEY GUAYAQUIL	FM	PRIVADO
28	RADIO ANTENA 3	FM	PRIVADO
29	RADIO FUEGO	FM	PRIVADO
30	RADIO PUNTO ROJO 89.7 FM	FM	PRIVADO
31	LA VOZ DE MARÍA	FM	PRIVADO
32	RADIO LA PRENSA	FM	PRIVADO
33	RADIO ELITE 99.7 FM	FM	PRIVADO
34	RADIO CENTRO 101.3 FM	FM	PRIVADO
35	URBANA	FM	PRIVADO
36	ALFA ESTÉREO	FM	PRIVADO
37	RADIO ONDA CERO FM	FM	PRIVADO
38	RADIO CÚPIDO 95.3 FM	FM	PRIVADO

39	RADIO RUMBA NETWORK	FM	PRIVADO
40	TROPICALIDA ESTÉREO - RED TV ECUADOR	FM	PRIVADO
41	LA TUYA	FM	PRIVADO
42	RADIO ESTRELLA 92.1 FM	FM	PRIVADO
43	FABU ESTÉREO	FM	PRIVADO
44	GALAXIA ESTÉREO	FM	PRIVADO
45	JC RADIO	FM	PRIVADO
46	RADIO CITY	FM	PRIVADO
47	FOREVER MUSIC FM	FM	PRIVADO
48	LOS 40	FM	PRIVADO
49	RADIO SABOR MIX FM	FM	PRIVADO
50	RADIO IMPACTO FM	FM	PRIVADO
51	RADIO ONCE Q	FM	PRIVADO
52	RADIO AMÉRICA GUAYAQUIL	FM	PRIVADO
53	RADIO TROPICANA 96.5 FM	FM	PRIVADO
54	RADIO COSTANERA 101.7 FM	FM	PRIVADO
55	RADIO RSN 100.5 FM	FM	PRIVADO
56	RADIO CANELA	FM	PRIVADO
57	SISTEMA DOS	AM	PRIVADO
58	RADIO SANTIAGO	AM	COMUNITARIO
59	HCJB- ESLABON DEL GUAYAS	FM	COMUNITARIO
60	BBN 106.1 FM	FM	COMUNITARIO
61	RADIO NAVAL	AM	PÚBLICO

<b>N°</b>	<b>NOMBRE DEL MEDIO</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>TIPO DE MEDIO</b>
1	TEVEMAS	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
2	ECUAVISA	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
3	TELERAMA	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
4	LATELE	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
5	AMÉRICA VISIÓN	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
6	CANELA TV	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
7	CARAVANA TV	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
8	TELEVICENTRO	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
9	ABC TELEVISIÓN	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
10	LATELE	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
11	COSTANERA TV-RTU	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
12	TELEVISIÓN SATELITAL	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO

13	RED TELESISTEMA RTS	TELEVISIÓN VHF	PRIVADO
14	TC MI CANAL	TELEVISIÓN VHF	PRIVADO
15	CANAL UNO	TELEVISIÓN UHF	PRIVADO
16	UCSG TELEVISIÓN	TELEVISIÓN UHF	PÚBLICO

PROVINCIA	NÚMERO DE MEDIOS
AZUAY	63
BOLÍVAR	26
CAÑAR	28
CARCHI	21
CHIMBORAZO	43
COTOPAXI	35
EL ORO	59
ESMERALDAS	25
GALÁPAGOS	8
GUAYAS	213
IMBABURA	38
LOJA	54
LOS RÍOS	56
MANABÍ	79
MORONA SANTIAGO	21
NAPO	19
ORELLANA	13
PASTAZA	23
PICHINCHA	191
SANTA ELENA	37
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	29
SUCUMBÍOS	24
TUNGURAHUA	53
ZAMORA CHINCHIPE	11
TOTAL	1170

Anexo 2.  
Modelo de entrevista y encuesta

N°	Preguntas
1	¿Cómo empezó el canal Vito TVO?
2	¿Por qué razones optaron por ser un canal streaming?
3	¿Cómo incide la plataforma streaming en la construcción de nuevas propuestas multimedia en el periodismo informativo?
4	¿Cómo se estructura su parrilla de programación?
5	¿Cuántos programas se relacionan al periodismo informativo? ¿Cuáles son?
6	¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentaron desde que empezaron sus operaciones como canal streaming?
7	¿Cuáles son las propuestas periodísticas que conoce en la ciudad de Guayaquil y que se relación al uso de streaming?
8	¿Qué tipo de audiencia es la que principalmente visita sus contenidos?
9	¿Cómo considera que se está dando el uso de streaming en la ciudad de Guayaquil por los medios tradicionales y los medios nativo digitales?
10	¿Cómo emplean las plataformas streaming las audiencias a las que se dirigen para consumir contenido periodístico?
11	¿Cómo se genera interacción con las audiencias para fidelizarlas?
12	¿Considera que las plataformas streaming facilitan la creación de nuevos emprendimientos periodísticos?

N°	Preguntas
1	¿Cómo inciden las plataformas Streaming para la construcción de nuevas propuestas multimedia en el periodismo informativo?
2	Mencione los canales o medios de comunicación que conoce en el Ecuador y el mundo que utilizan plataformas streaming para realizar periodismo informativo.
3	¿Conoce de nuevas propuestas periodísticas multimedias que se hayan desarrollado en los últimos años por medio de las plataformas streaming? ¿Cuáles son?
4	¿Cómo considera que se está dando el uso de streaming en el Ecuador por parte de los medios tradicionales y los medios nativo digitales?
5	¿Cuáles son las ventajas y desventajas que presentan las plataformas streaming para realizar periodismo informativo?
6	¿Cómo considera que se lleva la interacción con los usuarios en las plataformas streaming por parte de los medios que hacen uso de ellas?
7	¿Qué aspectos se deben de tener en cuenta para realizar periodismo informativo en las plataformas streaming?
8	¿Cuál es el tipo de audiencia principal a la que apuntan los canales streaming?
9	¿Cómo emplean las plataformas streaming las audiencias a las que se dirigen los medios para consumir contenido periodístico?
10	Realice una comparación del uso que le dan a las plataformas streaming los medios latinoamericanos y europeos.

11	¿Cómo podrían los medios de comunicación nacional aprovechar al máximo las plataformas streaming?
13	¿Considera que las plataformas streaming permiten que se lleven a cabo nuevas propuestas periodísticas? ¿Por qué razón?
14	¿Cuáles son las diferencias entre una plataforma streaming y una plataforma de alojamiento de videos como por ejemplo YouTube?

Nombre del medio: _____	
1. ¿Considera usted que las plataformas streaming impactan en el periodismo informativo? ¿Por qué?	
Si <input type="checkbox"/>	
No <input type="checkbox"/>	
Tal vez <input type="checkbox"/>	
Respuesta:	
2. ¿Cómo cambiaron los modelos en que se transmite la información periodística con el uso de las plataformas streaming?	
Respuesta:	
3. ¿Cómo se da la interacción por medio de las plataformas streaming?	
Me gusta <input type="checkbox"/>	Compartir publicaciones <input type="checkbox"/>
Retuit <input type="checkbox"/>	Comentarios <input type="checkbox"/>
Otras <input type="checkbox"/>	
Respuesta:	
4. ¿Considera usted que las plataformas streaming permiten la creación y difusión de nuevas propuestas multimedia? De ser afirmativa su respuesta ¿cuáles?	
Si <input type="checkbox"/>	
No <input type="checkbox"/>	
Respuesta:	

5. ¿Qué tipo de audiencia consume información periodística por medio de las plataformas streaming? ¿Cómo hacen uso de ellas?

Jóvenes

Adultos

Tercera

edad

Respuesta:

6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de las plataformas streaming?

Ventajas:

Desventaja

s:

7. ¿Considera que las plataformas streaming facilitan la creación de nuevos emprendimientos periodísticos informativos? ¿Por qué?

Si

No

Tal vez

Respuesta:

8. ¿Qué recursos se necesitan para emprender un proyecto periodístico vía streaming?

Respuesta:

9. ¿Cómo podrían los medios de comunicación nacional aprovechar al máximo las plataformas streaming?

Respuesta:

10. ¿Cuál es la mejor forma de emplear las plataformas streaming para realizar periodismo informativo?

Respuesta:

Anexo 3.  
Entrevistas



Preguntas	Entrevista N°1
¿Cómo empezó el canal Vito TVO?	El canal nace por la visión de su dueño Vito Muñoz en crear un medio único y que aporte valor al periodismo nacional. Lleva aproximadamente 5 años en el mercado como medio streaming, la idea principal del dueño era abarcar un nicho de mercado que no estaba siendo considerado por los demás medios.
¿Por qué razones optaron por ser un canal streaming?	La tendencia tecnológica y comunicacional de la actualidad fue determinante para que el dueño de Vito TVO optará por elegir el medio streaming para el desarrollo de periodismo informativo.

¿Cómo incide la plataforma streaming en la construcción de nuevas propuestas multimedia en el periodismo informativo?	Incide de forma positiva, debido a que en la actualidad la mayor parte de la población está familiarizado con la tecnología y el internet, por tal motivo los medios tradicionales y nativo digitales se vieron en la necesidad de aprovechar esta oportunidad llegar a nuevas y más grandes audiencias con propuestas que capten su atención.
¿Cómo se estructura su parrilla de programación?	La parrilla de programación es muy variada, ya que, tiene programas de deportes, entretenimiento, noticias y segmentos musicales. Por lo general en la noche se obtiene mayor interacción y concurrencia de usuarios.
¿Cuántos programas se relacionan al periodismo informativo? ¿Cuáles son?	Son 5 en total, estos son: Full Farándula, DeporVito, Emelexista, Hincha Amarillo y Última Hora Ecuador
¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentaron desde que empezaron sus operaciones como canal streaming?	Ventajas: Llegar a más persona a diferencia de los medios tradicionales y la flexibilidad que ofrece el medio que el usuario puede ver la información al instante. Desventajas: Al ser un medio nuevo existen personas que aún no conocen del canal Vito TVO.
¿Cuáles son las propuestas periodísticas que conoce en la ciudad de Guayaquil y que se relacionan al uso de streaming?	La República, Diario La Posta y El Ciudadano TV. Estos incorporaron en la actualidad el streaming.
¿Qué tipo de audiencia es la que principalmente visita sus contenidos?	Multitarget de 18 a 35 años, sin embargo, los usuarios principales son los millenials.
¿Cómo considera que se está dando el uso de streaming en la ciudad de Guayaquil por los medios tradicionales y los medios nativo digitales?	Los medios tradicionales se dieron cuenta de que la mejor vía para llegar a los usuarios es por medio del uso del streaming. Los medios nativo digitales tuvieron la visión de optar por el streaming mientras otros no lo hacían proponiendo nuevas propuestas periodísticas multimedias.
¿Cómo emplean las plataformas streaming las audiencias a las que se dirigen para consumir contenido periodístico?	Por lo general los usuarios tienden a reaccionar ante cada publicación que se haya emitido, con comentarios o likes, lo que le permite a Vito TVO medir los resultados obtenidos de cada emisión streaming y mejorar las próximas emisiones.
¿Cómo se genera interacción con las audiencias para fidelizarlas?	Realizando un periodismo veraz y responsable con contenido fresco y al momento, evitando el amarillismo. También es importante para crear un fidelización con los usuarios una constancia de los contenidos que se emiten respetando los horarios que se fijaron.

¿Considera que las plataformas streaming facilitan la creación de nuevos emprendimientos periodísticos?	Definitivamente sí, pero hay que tener en cuenta que quien apunte a desarrollar periodismo informativo en estas plataformas debe tener paciencia, constancia y entender que el desarrollo de nuevas propuestas requiere de un proceso que puede tomar tiempo para que téngalos resultados esperados.
---	--

Preguntas	Entrevista N°2
¿Cómo empezó el canal Vito TVO?	La ideología del dueño de Vito TVO es siempre estar un paso por delante y estar relacionado a aspectos periodísticos, empresariales y tecnológicos. Su visión estuvo planteada en ser el primer canal streaming del Ecuador. En un inicio empezó con las páginas web, cada una cuenta con su propio Host y se redirige a la principal que es <a href="http://www.vitotvo.com">www.vitotvo.com</a> , luego de ello empezaron como canal streaming.
¿Por qué razones optaron por ser un canal streaming?	Por los costos, debido a que se invierte pero mucho menos que en el medio tradicional. Por otro lado el poder llegar a más audiencias no solo en Ecuador sino en todo el mundo.
¿Cómo incide la plataforma streaming en la construcción de nuevas propuestas multimedia en el periodismo informativo?	Las plataformas streaming son una oportunidad para quienes estén interesados en realizar periodismo informativo, puesto que brindan la capacidad de llegar al instante al usuario, además de permitir hacerlo desde cualquier parte de donde se quiera emitir el contenido por medio de dispositivo electrónico.
¿Cómo se estructura su parrilla de programación?	Programas para todo tipo de público. La parrilla de programación se divide de la siguiente manera: De lunes a viernes (12:00 Full Farándula, 14:00 pm Emelexista, 3:00 pm DeporVito, 16:00 Hincha Amarillo y a las 17:15 Última Hora Ecuador); Sábados y Domingos (videos musicales).
¿Cuántos programas se relacionan al periodismo informativo? ¿Cuáles son?	Entretenimiento: Full Farándula, Deportes (DeporVito, Hincha Amarillo y Emelexista), y Noticias (Última Hora Ecuador, Última Hora Emprende y Última Hora Salud).
¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentaron desde que empezaron sus operaciones como canal streaming?	Ventajas: Transmitir al instante los eventos o acontecimientos que se presenten. Desventajas: En ocasiones el poder transmitir en espacios abiertos dificulta que la señal llegue y pueda transmitirse al instante.

¿Cuáles son las propuestas periodísticas que conoce en la ciudad de Guayaquil y que se relación al uso de streaming?	La República, La Posta, MaxTV. Lo más difícil para los medios que realizan streaming es mantenerse y permanecer en el mercado.
¿Qué tipo de audiencia es la que principalmente visita sus contenidos?	Millenials
¿Cómo considera que se está dando el uso de streaming en la ciudad de Guayaquil por los medios tradicionales y los medios nativo digitales?	Existen varios medios tradicionales que apuntaron al periodismo informativo por medio de las plataformas streaming, como por ejemplo Ecuavisa, TC Televisión, Teleamazonas. Los medios nativo digitales por su parte implementaron en sus acciones el uso de las plataformas streaming, donde realizan entrevistas, reportajes, entre otros.
¿Cómo emplean las plataformas streaming las audiencias a las que se dirigen para consumir contenido periodístico?	Las plataformas streaming brindan la facilidad de poder visualizar el contenido al instante, así como poder reproducirlo en cualquier momento, es por ello por lo que los usuarios pueden acceder con facilidad al contenido e interactuar con los medios.
¿Cómo se genera interacción con las audiencias para fidelizarlas?	Empleando redes sociales que sirvan de enganche para redirigirlos a la plataforma streaming "LIVE STREAM" y que el usuarios pueda visualizar el contenido, además de la inmediatez de la información, permitiendo que su información sea de primera hora y que otros medios no lo tenían.
¿Considera que las plataformas streaming facilitan la creación de nuevos emprendimientos periodísticos?	Si, por que brinda varios beneficios como los costos bajos, instantaneidad, interactividad, alto alcance, transmitir en vivo desde cualquier lugar. Aunque es importante mencionar que para ello aunque los costos son bajos se requiere de tiempo, recursos (personal y dinero), capacitaciones al personal, entre otros. Es importante también destacar la constancia que se debe tener para mantener los canales streaming.

Preguntas	Entrevista N°3
¿Cómo inciden las plataformas Streaming para la construcción de nuevas propuestas multimedia en el periodismo informativo?	Todo radica en el formato que se emplea en la actualidad, las personas se acostumbraron al uso de plataformas digitales y streaming por medio de cualquier dispositivo, esto recae en que los medios aprovechen estos medios para llegar a los usuarios.

<p>Mencione los canales o medios de comunicación que conoce en el Ecuador y el mundo que utilizan plataformas streaming para realizar periodismo informativo.</p>	<p>Uno de los principales medios que lo está realizando en el país es el diario El Comercio, a través de un streaming constante en las plataformas de Facebook y YouTube. Un ejemplo para recalcar es el Washington Post que hace uso de la plataforma Twitch para realizar entrevistas mientras los entrevistados juegan algún videojuego de su preferencia en vivo, esto le agrega un valor al periodismo ya que sirven estas propuestas como nuevas formas de comunicar y así llegar a más audiencias.</p>
<p>¿Conoce de nuevas propuestas periodísticas multimedias que se hayan desarrollado en los últimos años por medio de las plataformas streaming? ¿Cuáles son?</p>	<p>The Washington Post con entrevistas mientras juegan videojuegos, Videojuego sobre el caso de Panamá Papers.</p>
<p>¿Cómo considera que se está dando el uso de streaming en el Ecuador por parte de los medios tradicionales y los medios nativo digitales?</p>	<p>Algunos de los medios tradicionales son tal vez los que mejor se adaptaron, ya que, cuentan con los recursos y medios disponibles. Existen medios nativo digitales que pese a tener buenas propuestas no cuentan con los recursos necesarios. Este tipo de iniciativas requiere de recursos informáticos, humanos, financieros, además de que en muchos casos el retorno de la inversión no es instantánea sobre el esfuerzo realizado.</p>
<p>¿Cuáles son las ventajas y desventajas que presentan las plataformas streaming para realizar periodismo informativo?</p>	<p>Ventajas: Transmitir al instante la información que acontece. Desventajas: El tener que hacer uso de plataformas de terceros como Facebook, YouTube, Twitter, Twitch, entre otras. Debido a que el tráfico les genera ingreso a esas plataformas y no directamente al medio que transmite. Son pocas las empresas en Ecuador que hacen uso de plataformas propias streaming para monetizar sus esfuerzos streaming.</p>
<p>¿Cómo considera que se lleva la interacción con los usuarios en las plataformas streaming por parte de los medios que hacen uso de ellas?</p>	<p>Muy poca la interacción que se da, puesto que, la mayoría de los medios asignan a poco personal para cubrir la demanda de usuarios masiva existente en las redes.</p>
<p>¿Qué aspectos se deben de tener en cuenta para realizar periodismo informativo en las plataformas streaming?</p>	<p>Se debe tener en cuenta un guion objetivo y claro, saber lo que se va a informar, no perder de vista los valores tradicionales del periodismo, no perder la perspectiva del periodismo.</p>

<p>¿Cuál es el tipo de audiencia principal a la que apuntan los canales streaming?</p>	<p>Con el tiempo el tipo de audiencias se ha ido modificando, en un principio se consideraba que al público joven no le gustaba leer, que solo usaba las plataformas para ver videos, pero en la actualidad el público joven le gusta mantenerse informado, entretenerse por medio de las diversas plataformas existentes y ahora aún más con el streaming video. En definitiva el tipo de audiencia principal son los jóvenes, sin perder de vista los otros públicos sé que se encuentran inmersos en el medio.</p>
<p>¿Cómo emplean las plataformas streaming las audiencias a las que se dirigen los medios para consumir contenido periodístico?</p>	<p>En muchas de las ocasiones el público no necesariamente busca periodismo informativo, sino más bien busca entretenerse y justamente el periodismo debe apuntar a eso, a entretener, educar e informar, no solo realizar la labor de informar, aprovechar al máximo las plataformas e informar a los usuarios.</p>
<p>Realice una comparación del uso que le dan a las plataformas streaming los medios latinoamericanos y europeos.</p>	<p>Una de las grandes diferencias que se pueden mencionar son las velocidades de la conexión, en Latinoamérica las velocidades de conexión son mucho menores que las Europeas, debido a que las redes inalámbricas de comunicación son de mejor calidad y permiten una amplia cobertura, asimismo como los planes de datos y el acceso al internet por costos y los tipos de servicios que se ofertan.</p>
<p>¿Cómo podrían los medios de comunicación nacional aprovechar al máximo las plataformas streaming?</p>	<p>La mejor forma de aprovechar estas plataformas sería el saber hacer uso adecuado para contar la historia correcta, no todo se puede emplear en streaming, es importante evaluar qué historia puede ser utilizada en streaming. Un periodista multimedia debe además de saber manejar las plataformas digitales también saber qué tipo de contenido se ajusta para cada una de ellas y a qué audiencia. Qué, cómo y a quién transmitir.</p>
<p>¿Considera que las plataformas streaming permiten que se lleven a cabo nuevas propuestas periodísticas? ¿Por qué razón?</p>	<p>Si, pero no es necesariamente por el formato streaming, sino más bien porque los periodistas están usando estas nuevas herramientas para hacer nuevas propuestas.</p>
<p>¿Cuáles son las diferencias entre una plataforma streaming y una plataforma de alojamiento de videos como por ejemplo YouTube?</p>	<p>La principal diferencia es la transmisión en vivo del contenido, las plataformas de alojamiento permiten alojar videos para luego ser descargados, mientras que el streaming permite enviar contenido al instante por medio de la red y esta a su vez se transmite y queda guardada dentro de la plataforma streaming.</p>

Anexo 4.  
Tablas

Horarios	Programas
12:00	Full Farándula
14:00	Emelexista
15:00	DeporVito
16:00	Hincha Amarillo
17:15	Última Hora Ecuador

Descripción	Entrevistado 1	Entrevistado 2
Foto		
Nombre	Oscar Leonardo Martínez Narvárez	Jefferson Paúl Merchán Tomala
Profesión	Comunicador social	Comunicador Social
Empresa	OMUNETWORK-Vito TVO	OMUNETWORK-Vito TVO
Tiempo	2 años	3 años
Cargo	Redactor web de Última Hora Ecuador	Reportero de Última Hora Ecuador

Descripción	Entrevistado 3
Foto	
Nombre	Estéfano Dávila Ferri
Profesión	Comunicador social
Empresa	Grupo El Comercio
Cargo	Especialista encargado en Tecnología