



**V CONGRESO INTERNACIONAL
DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES**

**Inteligencia artificial
y comunicación en la era
de la posverdad**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE SALUD
CARRERA DE **COMUNICACIÓN**
CARRERA DE **AUDIENCIAS DIGITALES**

UPSE
¡crece SIN LÍMITES!

**LIBRO DE RESÚMENES DEL
V CONGRESO INTERNACIONAL DE
COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES**

COMITÉ ORGANIZADOR

Ing. Néstor Acosta Lozano, PhD.
Rector - UPSE

Lcda. Gisella Paula Chica, PhD.
Vicerrectora académica - UPSE

Lic. González Santos Milton, Mgtr
Decano de facultad de ciencias
sociales y de la salud

Ec. Rene Faruk Garzozzi Pincay,
PhD
Presidente de la Comisión de
Investigación

Lilian Molina Benavides, Ph.D
Directora de las Carreras
Comunicación y Audiencias
Digitales

Lic. Ángel Matamoros Dávalos.
Ph. D
Coordinador de Investigación
Carrera de Comunicación

José De la Cruz Cochea; Delia Rodríguez
Alvarado.
SOCIE - Sociedad Científico Estudiantil
Comunicación

MSc. Max Olivares Alvares
Director General CIDE

Lic. Bryan Tello C.
Director Operativo de Eventos

Ing. Stalin Revelo.
Director Financiero CIDE

Ing. Antonio Baque Martínez
Coordinador General CIDE

Od. Indira Vásquez
Coordinadora académica del CIDE

MSc. Pedro Naranjo
Director Editorial CIDE

Lic. Danissa Colmenares
Diseñadora Gráfica

COMITÉ ACADÉMICO
MSc. Juan Carlos Figuerero
Dra. Victoria García

COMITÉ CIENTÍFICO
Dra. Irene Trelles, Ph.D.
Dr. Jair Guadarrama

COMPILADORES

Paula Chica, Maritza Gisella
González Santos, Milton Marcos
Molina Benavides, Lilian Susana
Matamoros Dávalos, Ángel Alberto

Memorias V Congreso Internacional de Comunicación y Audiencias Digitales

COMPILADORES

Paula Chica, Maritza Gisella
González Santos, Milton Marcos
Molina Benavides, Lilian Susana
Matamoros Dávalos, Angel Alberto

ISBN: 978-9942-679-07-9
1° Edición, octubre 2024

Edición con fines académicos no lucrativos.
Impreso y hecho en Ecuador
Diseño y Tipografía: Lic. Pedro Naranjo Bajaña

Reservados todos los derechos.

Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquiera otro, sin la autorización previa por escrito al Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE).

Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador
Cda. Martina Mz. 1 V. 4 Guayaquil, Ecuador
Tel.: 00593 4 2037524
[Http://www.cidelatam.org](http://www.cidelatam.org)

Índice General

Presentación.....	5
Conferencias Plenarias Invitadas.....	7
Ponencias	19

PRESENTACIÓN

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES

El Libro de resúmenes del V Congreso Internacional de Comunicación y Audiencias Digitales, recopila las conferencias y ponencias presentadas y que formaron parte del foro de investigadores, profesionales y alumnado que, juntos, analizaron, reflexionaron y compartieron aspectos conceptuales y metodológicos de la comunicación y audiencias digitales.

La filosofía de este Congreso nació con la idea de promover la comunicación entre estudiantes, profesionales e investigadores de distintas disciplinas de la comunicación y audiencias digitales en Ecuador y Latinoamérica y de esta manera aprovechar las potencialidades derivadas de la interacción y el intercambio de conocimiento entre ellos fomentando la interdisciplinaridad, a través de la puesta en común de los conocimientos y métodos de trabajo existentes en las diferentes áreas.

No podemos acabar esta breve presentación sin nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a todas las Universidades colaboradoras en este evento. Nuestro agradecimiento se extiende también a todos los participantes y organizadores del Congreso, por su intenso e interesante intercambio de ideas y enfoques orientados hacia la Comunicación y Audiencias Digitales.

Lic. Ángel Matamoros Dávalos. Ph.D.
Coordinador de Investigación de la Carrera de Comunicación

Conferencias plenarias invitadas:

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA

MSc. Juan Carlos Figuerio - España
Universidad de Sevilla

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN TIKTOK: CAMPAÑA DE LAS ELECCIONES GENERALES ESPAÑOLAS DE 2023.

Resumen: Los políticos han encontrado en las redes sociales nuevas oportunidades para establecer canales de comunicación directa con el electorado, mejorando la interacción durante las campañas y permitiendo el envío de mensajes personalizados. TikTok es la última plataforma en alcanzar un notable éxito en el ámbito político, electoral y mediático. Esta disertación propone explorar el papel de TikTok como espacio de comunicación política y propaganda electoral en España. En particular, se analizará el uso de las cuentas oficiales de los principales partidos políticos españoles que participaron en las elecciones de 2023. Para ello, se realiza un análisis del

contenido de los 142 vídeos publicados en TikTok durante la campaña por los partidos Vox, PP, PSOE y Sumar. Los resultados evidencian que la utilización de TikTok con fines partidistas se encuentra aún en una etapa inicial. Se observa que no se están aprovechando todas las posibilidades que ofrece la plataforma, y su uso no se limita únicamente a los partidos de reciente creación. Sin embargo, se destaca que las formaciones políticas más polarizadas obtienen mejores resultados en términos de impacto. Además, se evidencia que la temática de los contenidos publicados juega un papel crucial en la recepción por parte de la audiencia.

Palabras claves: redes sociales, TikTok, comunicación política, España, elecciones generales 2023.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA



Jannette Jacobs, MSc - Bolivia
Universidad Franz Tamayo (UNIFRANZ)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PERIODISMO: UN BINOMIO INSEPARABLE PARA EL FUTURO DE LA INFORMACIÓN

Resumen: Analizar el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo y su rol en el futuro de la información, explorar las oportunidades y desafíos que la IA presenta para la profesión periodística, discutir las implicaciones éticas y sociales del uso de la IA en el periodismo y proponer estrategias para una adopción responsable y efectiva de la IA en las redacciones. Metodología: Revisión bibliográfica sobre la IA y el periodismo, Análisis de casos de estudio sobre el uso de la IA en el campo de periodismo, encuesta a periodistas sobre su percepción de la IA y su impacto en la profesión, discusión grupal con expertos en IA, periodismo y ética. Conclusiones o resultados: Se espera que la ponencia concluya con las siguientes ideas principales: La IA está transformando el panorama del periodismo, ofreciendo nuevas herramientas y oportunidades

para la recolección, análisis y difusión de información.

La IA puede mejorar la eficiencia, la precisión y la profundidad del periodismo, pero también presenta desafíos como la pérdida de empleos, los sesgos algorítmicos y la amenaza a la privacidad. Es fundamental un enfoque responsable y transparente en la implementación de la IA en el periodismo, priorizando la calidad de la información, la independencia editorial y la protección de los valores democráticos. Los periodistas deben adaptarse a la era de la IA, desarrollando las habilidades necesarias para trabajar con estas tecnologías y aprovechar sus beneficios para fortalecer la profesión. La colaboración entre periodistas, tecnólogos y expertos en ética es crucial para garantizar un uso responsable y beneficioso de la IA en el periodismo.

Palabras claves: Inteligencia artificial, periodismo, futuro de la información, big data, análisis de datos, verificación de información, desinformación, ética, responsabilidad, transparencia.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA

Dr. Jair Guadarrama Torres - México, España
Extremadura

LA FÓRMULA DE LA POSVERDAD Y LA OPINOROFOBIA.

Resumen: Abordaje de la fórmula de la Posverdad en la Comunicación Política. La comunicación política contemporánea se enfrenta a un fenómeno complejo y multifacético: la posverdad, que desafía las bases mismas de la integridad informativa y la deliberación democrática. En esta presentación, se propone una formulación innovadora para comprender y abordar la posverdad en el contexto de la comunicación política, mediante una fórmula integral que captura sus diversas dimensiones y dinámicas subyacentes. La fórmula propuesta, denominada POSVERDAD, se estructura en torno a dos componentes principales: la desinformación y las interacciones negativas en línea. En primer lugar, la desinformación abarca una serie de elementos clave, incluyendo las fake news, la infodemia, la agnotología, la alodoxofobia, la opinorofobia y los deepfakes. Estos fenómenos constituyen manifestaciones diversas de la distorsión, manipulación y ocultamiento de la verdad, que socavan la confianza en la información y debilitan la capacidad de discernimiento del público. Por otro lado, las interacciones negativas en línea, que comprenden la actividad de trolls, haters y bots, juegan

un papel crucial en la amplificación y difusión de la posverdad. Mediante la generación de discurso polarizado, la propagación de desinformación deliberada y la creación de entornos hostiles para el diálogo constructivo, estas interacciones contribuyen significativamente a la erosión del espacio público democrático y la polarización social. Al combinar estos elementos en una fórmula integral, podemos obtener una comprensión más profunda y matizada de la posverdad en la comunicación política contemporánea. Este enfoque holístico nos permite no solo identificar y analizar los mecanismos y dinámicas que impulsan la posverdad, sino también desarrollar estrategias efectivas de contrarresto y mitigación. De esta manera se manejan estudios y cuantitativos y cualitativos, con análisis de las netnografías. Así buscando fomentar la alfabetización mediática, promover la transparencia informativa y fortalecer la resiliencia del espacio público ante la manipulación y el engaño, se podrá avanzar hacia un entorno comunicativo más deontológico, inclusivo y democrático.

Palabras claves: Comunicación política, periodismo, posverdad, Inteligencia artificial, periodismo, futuro de la información, big data, análisis de datos, verificación de información, desinformación, ética, responsabilidad, transparencia.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA



Dr. Rubén Ramos Antón - España
Universidad de Castilla - La Mancha

AI KILLED THE JOURNALISM STAR?

Resumen: El objetivo de esta conferencia es reflexionar sobre la relación entre la Inteligencia Artificial (IA) y el futuro del periodismo, teniendo en cuenta el carácter disruptivo de esta tecnología. La aparición de la IA ha sacudido el periodismo y, en general, todo el mundo de la comunicación. Por medio de un repaso teórico y terminológico y a través del método deductivo, se indaga sobre el modo en el que a lo largo del tiempo se han ido planteando discursos utópicos y apocalípticos ante el desarrollo de las distintas tecnologías de la información, del mismo modo que ocurre en la

actualidad con la IA, aplicado al futuro del periodismo. Como conclusiones se establece, por un lado, que los análisis sobre el uso de la IA se centran en aspectos muy concretos (especialmente vinculados a los puestos de trabajo). Por otro, de forma independiente al papel que pueda desarrollar la IA en el futuro y cuál sea el contexto de su desarrollo, los problemas del periodismo y los medios de comunicación son anteriores a la popularización de esta, y tienen que ver tanto con el modelo y explotación de negocio que se persigue como con el tipo de productos comunicativos a los que se están dando lugar.

Palabras claves: Inteligencia Artificial, periodismo, comunicación, crisis mediática.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA



Dra. Victoria García Prieto - España
Universidad de Sevilla

COMBATIR EL OUDIO EN LA ERA DIGITAL: RETOS Y SOLUCIONES PARA LA INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Resumen: En la actualidad, el uso masivo de las redes sociales y el desarrollo de la inteligencia artificial están planteado nuevos desafíos relacionados con la discriminación hacia las personas con discapacidad. Desde el sesgo algorítmico hasta el aumento de los discursos de odio a través de redes sociales, son múltiples las problemáticas que se muestran como preocupantes en nuestras sociedades y que requieren la atención de organismos políticos y entidades nacionales e internacionales. Esta ponencia se enfoca en los discursos de odio dirigidos hacia el colectivo de personas con discapacidad a través de redes sociales. Para ello, se realiza un

análisis del contenido, alcance e interacción del mensaje de odio, complementado con entrevistas a creadores de contenido con discapacidad que se han recibido discursos de odio en las redes sociales, especialmente en TikTok. Así, la ponencia intenta no solamente desgranar los detalles de esta problemática, sino también proponer soluciones basadas en políticas públicas que modifiquen tanto la interacción humana como la transparencia de los algoritmos. Se exploran vías de reducción de los discursos de odio en redes sociales, con un enfoque en el marco legal, la educación y la promoción de la salud mental.

Palabras claves: odio, discapacidad, redes sociales, algoritmo, discriminación.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA



Dr. Diego Fernando Montoya Bermúdez - Colombia
Pontificia Universidad Javeriana

WEBSERIES COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y FORMACIÓN: UN ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN AMATEUR EN LA PRODUCCIÓN COLOMBIANA

Resumen: Esta conferencia explora cómo las narrativas audiovisuales serializadas en internet, particularmente las webseries, han emergido como un formato clave tanto para la industria como para productores amateurs. El objetivo es analizar su pertinencia como herramienta de comunicación alternativa y su potencial formativo en comparación con otros formatos audiovisuales. Metodológicamente, la investigación se basa en un análisis cualitativo de casos de estudio de webseries colombianas

producidas por amateurs y profesionales, así como entrevistas a creadores de estos contenidos. Los resultados indican que las webseries no solo democratizan la producción audiovisual, sino que también se alinean mejor con los intereses de las audiencias modernas, proporcionando una alternativa para la formación de estudiantes de comunicación. Concluimos que las webseries ofrecen una plataforma accesible y relevante que puede enriquecer significativamente la formación en comunicación audiovisual.

Palabras claves: Webseries, producción audiovisual, amateurs, formación audiovisual.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA



Raúl Ernst Edwards - Chile
Instituto de Comunicación Mónica Herrera

SOCIEDAD DIGITAL PÚBLICA Y CO - CREACIÓN DE HUB ´S CIUDADANOS & SMART CITYS BASADOS EL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

Resumen: Ilustrar y motivar a los participantes de los desafíos sociales, las herramientas de comunicación disponibles para poder implementar de desarrollo en emprendimientos que

faciliten la vida de las comunidades y las personas, cocreando con todos Hub ´s, de innovación con el objetivo de construir comunidades amigables (Smart Citys), inclusivas, exitosas y perdurables.

Palabras claves: sociedad digital, hub's, emprendimiento.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA

Dr. Rubén Arnoldo González Macías, Ph.D. - México
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

CONSUMO DE NOTICIAS FALSAS Y SUS IMPLICACIONES PARA LA DEMOCRACIA

Resumen: El concepto de noticias falsas es problemático, ya que su excesivo e indiscriminado uso por parte de diferentes actores (periodistas, políticos, académicos, usuarios de redes socio-digitales...) dificulta su definición y entendimiento. En ese sentido, una noticia falsa puede ser definida como un mensaje total o parcialmente falso, producido intencionalmente para engañar a su audiencia, y presentado como una noticia legítima; el cual es potencialmente viral a través de las redes socio-digitales u otras plataformas en línea. El consumo de este tipo de contenidos está asociado a las ideas de posverdad, cámaras de eco, y burbujas de filtro. La primera se da cuando, más allá de su veracidad y actualidad, un

mensaje es considerado válido si -y sólo si- coincide con ideas previamente aceptadas por el receptor. Por su parte, la búsqueda constante de confirmación de creencias facilita la formación de grupos de personas con ideas similares conocidos como cámaras de eco. Finalmente, estas últimas están íntimamente ligadas con las burbujas de filtro, definidas como la exposición selectiva de ideas ya conocidas y aceptadas; independientemente de lo verdaderas que pudieran ser. El consumo de noticias falsas puede presentar algunos impactos negativos para la democracia asociados con creencias, actitudes, emociones, y determinadas conductas.

Palabras claves: Noticias falsas, audiencias, cámaras de eco, burbujas de filtro, posverdad.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA



Mg. Jesús David Polo Rivera - Colombia
Mg. Feibert Alirio Guzmán Pérez - Colombia
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DE LA POSVERDAD

Resumen: Este estudio presenta la creación y desarrollo de la "Cátedra Abierta", un esfuerzo conjunto de ocho universidades líderes de Medellín para abordar la ética en la era de la Inteligencia Artificial (IA). El proyecto se centra en la internacionalización del currículo y en la construcción de la primera clase acreditada conjuntamente por estas instituciones. Con la participación de 16 profesores (dos de cada universidad) y el uso intensivo de plataformas digitales, esta cátedra tiene

como objetivo principal analizar y comunicar los desafíos éticos que surgen en un mundo cada vez más influenciado por la IA, en el contexto de la posverdad. Este enfoque colaborativo y multidisciplinario no solo busca transformar el conocimiento, sino también garantizar un alto estándar de calidad en la educación sobre ética y IA, contribuyendo a la formación de profesionales críticos y éticamente responsables.

Palabras claves: Inteligencia Artificial, ética, internacionalización del currículo, cátedra abierta, posverdad.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

CONFERENCIA



Dra. Irene Trelles Rodríguez - Ecuador
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA Y COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI. COMPROMISOS Y RETOS

Resumen: El concepto de Responsabilidad Social ha asumido diversos enfoques, desde la consideración de la empresa responsable por su cumplimiento estricto de las leyes, y su aporte en lo económico-social, por la producción de bienes, servicios y ser fuente de empleo, como si consideraba a inicios del siglo XX, hasta posiciones filantrópicas de patrocinio y mecenazgo a mediados de éste. Pero a partir de los ochenta, se va posicionando una nueva interpretación sobre la RSE estrechamente relacionada con el concepto de stakeholder, que vuelve la atención hacia el impacto de las acciones de las entidades en la sociedad y en la obligación de tomar decisiones no sólo

en beneficio de los intereses empresariales, sino de la sociedad, al decir de autores como Freeman o Drucker. Es en este sentido en que se inserta el concepto de Responsabilidad Social Universitaria, surgido mucho más recientemente, pues constituye también una expresión hacia el compromiso social con nuestros stakeholders en función de apoyar el desarrollo, la calidad de vida, el cuidado del entorno y de la gente: la realización humana en su más amplio sentido. La comunicación, como proceso de construcción compartida de significados y sentidos, desempeña un papel esencial para lograrlo.

Palabras claves: Responsabilidad Social Universitaria, comunicación universitaria, stakeholders.

Ponencias:

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

PERIODISMO TRANSMEDIA Y SU CAPACIDAD DE PROFUNDIZAR EN LA AUDIENCIA: CASO RADIO ANTENA 3 PENÍNSULA 91. 7 FM

Lic. Andreina Espinal

andreina.espinalalarcon@upse.edu.ec

Lic. María Isabel Posligua, MSc.

mposligua@upse.edu.ec

Per. Martha Suntaxi, MSc.

msuntaxi@ups.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

El presente estudio se titula periodismo transmedia y su capacidad de profundizar en la audiencia: Caso Radio Antena 3, Península 91.7 FM. Tiene como objetivo analizar la capacidad del periodismo transmedia para mejorar la profundización de la audiencia de la radio Antena 3 Península 91.7 Fm, explorando cómo las estrategias transmedia pueden influir en la interacción, participación y fidelización de los espectadores.

Para la realización de la investigación se empleó la metodología con un enfoque mixto, tipo de investigación básica, diseño descriptivo no experimental y se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia de la audiencia del medio radiofónico digital. Así mismo, se empleó técnicas: la encuesta, entrevista y análisis de contenido, que permitió examinar el periodismo transmedia como una nueva forma de comunicar en el medio, explorar la percepción de la audiencia sobre el contenido transmedia y determinar las ventajas del periodismo transmedia en la audiencia de la radio. Los resultados indican que el periodismo transmedia fortalece significativamente la capacidad del medio para conectar y profundizar con la audiencia, dentro de las principales conclusiones en el análisis de estudio se evidencia que se destaca por su innovación en contenidos promoviendo la interactividad y participación en múltiples plataformas.

Descriptor clave: Periodismo, transmedia, audiencia, radio digital.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA



EL PARADIGMA DE LA EDUCOMUNICACIÓN Y LA NARRATIVA TRANSMEDIÁTICA EN EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO

Dr. Ángel Matamoros, Ph.D.

amatamoros@upse.edu.ec

Dra. Mariana Avilés, Ph.D.

maviles@upse.edu.ec

Lic. Peter Santamaria, MSc.

gsantamariar@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

El paradigma educacional, fusiona educación, comunicación y narrativas digital, el objetivo es el de describir el paradigma de la educación y la narrativa transmediática en el desarrollo del pensamiento crítico, para fomentar la participación activa y creativa en la sociedad. La metodología tendrá un enfoque mixto, y se aplicarán como técnicas para la recolección, análisis y discusión de los datos la encuesta, entrevista y un focus grup. Este enfoque es crucial en el contexto de la digitalización y los retos como la desinformación, preparando a los individuos para interactuar críticamente con el entorno mediático. La educación busca innovar en prácticas pedagógicas y cerrar la brecha digital, equipando a los estudiantes con habilidades valoradas como la creatividad y la comunicación efectiva, esenciales para el futuro laboral. En conclusión, la educación es fundamental tanto para el desarrollo social como profesional, abordando desafíos contemporáneos y preparando a individuos para participar de manera efectiva y crítica en la sociedad y el mercado laboral. Entre las recomendaciones está el enfrenta el problema de cómo integrar efectivamente estos principios educacionales y narrativa transmediática en el contexto educativo y comunicacional.

Descriptor clave: educación, narrativa transmediática, pensamiento crítico, prosumidor.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LA UPSE

Lic. Peter Santa María, MSc.

gsantamariar@upse.edu.ec

Davide Castillo Zapata

davide11cast@hotmail.com

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

La presente investigación analizó el impacto de la integración de tecnologías de inteligencia artificial (IA) en la comunicación digital dentro de la comunidad estudiantil de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Se utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. A través de encuestas y entrevistas, se recolectaron datos sobre la percepción, uso y conocimientos de los estudiantes respecto a la IA en sus actividades académicas y profesionales. Los resultados indicaron que, aunque la IA es percibida como una herramienta útil para mejorar la comunicación digital, existen desafíos significativos relacionados con la ética y la privacidad. Los estudiantes mostraron un conocimiento moderado sobre la IA, pero manifestaron preocupación por la transparencia de los algoritmos y la protección de datos personales. La investigación concluyó identificando la necesidad de una mayor intervención educativa para preparar adecuadamente a los futuros comunicadores, asegurando que puedan utilizar estas tecnologías de manera ética y efectiva.

Descriptor clave: inteligencia artificial, comunicación digital, educación, ética, privacidad.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

SINDÉRESIS DE LA POLARIDAD DEL DISCURSO NOTICIOSO, RETÓRICA DE PREMEDITADOS ANDAMIAJES DOGMÁTICO- COMUNICACIONALES

Ph.D. Julio Vicente Paredes Riera

jparedes@multiversidadreal.edu.mx

Multiversidad Mundo Real Edgar Morin

Colegio de Periodistas de El Oro

Filial Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (FENAPE)

International Federation of Journalists (IFJ)

Resumen:

Maximizando la imperiosa brecha comunicacional gestada en el marco del intercambio de las prácticas, metodologías e investigaciones desarrolladas a escala planetaria; recurriendo al artifice gestor innato del proceso de asimilación de contenidos aplicables a contexto definido (constructo) en los seres humanos, se presenta un análisis complejo desde la perspectiva del simplismo que abarca el uso de redes sociales, manipulación de datos, (des)información y manipulación; desafíos tradicionales que aunados con el exponencial afincamiento consuetudinario de la inteligencia artificial (AI), producen efectos controlados en el público objetivo.

Una fuente manifestó: antes, todo el mundo andaba a caballo y era un lujo tener un auto, ahora todo el mundo tiene un auto, pero es un lujo andar a caballo”, palabras que calan hasta la scintilla conscientiae; se trata de fomentar la conciencia crítica en una era donde prevalece el analfabetismo tecnológico, ergo podemos dar por cierto todo lo manifiesto en un dispositivo móvil.

Propuesta que emerge de la responsabilidad social y mediática, pues no sólo debe la audiencia tamizar la panegírica acumulación de datos en sus accesos tecnológicos, sino que también debe hilar fino con las alocuciones per se de reporteros, comunicadores y presentadores, cuya estereotipación sinonimizó el “informar” con “emitir juicios de valor”, teniendo muy definido en los medios los segmentos y secciones.

Descriptor clave: Polaridad discurso, pensamiento complejo, andamiaje dogmático comunicacional.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

POENCIA

LA EDUCOMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: CASO UNIDAD EDUCATIVA 'SALINAS INNOVA'

Joffre García Rodríguez

joffre.garciarodriguez@upse.edu.ec

Mg. Sandra Betzabeth Maldonado López

smaldonado@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

Este anteproyecto tiene como objetivo mostrar cómo la IA influye en la producción, difusión y recepción de contenido educocomunicativo en el laboratorio experimental Medialab de la Unidad Educativa 'Salinas Innova', busca comprender su impacto en la innovación comunicativa y la interacción entre humanos y tecnología en entornos experimentales, promoviendo prácticas innovadoras que puedan ser replicadas en otros contextos educativos. Definir el estado actual de la inteligencia artificial en el ámbito educativo, se relatarán las experiencias y resultados obtenidos, se explicarán las ventajas y desafíos de la implementación de la IA en la educocomunicación en esta institución. El tipo de investigación es descriptivo, con el propósito de proporcionar una imagen precisa y detallada de las características de la inteligencia artificial y su aplicación en educocomunicación. Se utilizarán métodos como encuestas, cuestionarios y observación para recopilar datos. El enfoque de investigación mixta combinará técnicas cuantitativas y cualitativas, permitiendo una visión más completa y robusta. El alcance de la investigación no experimental permitirá observar y analizar los fenómenos tal como ocurren naturalmente, sin manipulación de variables. Proporcionando una comprensión detallada de cómo la IA influye en la educocomunicación y facilitando la identificación de patrones y tendencias que pueden informar futuras investigaciones o intervenciones.

Descriptor clave: Inteligencia Artificial (IA), Educocomunicación, Innovación comunicativa, Interacción humano- tecnología, plataformas educocomunicativas.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

POENCIA

LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRES (TDT) Y SU IMPACTO EN EL PROCESO DE APAGÓN ANALÓGICO EN EL ECUADOR.

Lic. Oswaldo Dután, MSc.

[wdутан@upse.edu.ec](mailto:wдутан@upse.edu.ec)

Mg. Manuel Rodas Pérez

mrodas1049@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

El estudio parte de una investigación de la televisión analógica hasta llegar a la aplicación de frecuencias temporales de Televisión Digital Terrestre en el país. Además, se hace un repaso de la síntesis histórica de la televisión desde sus primeras fuentes hasta la actualidad describiendo los estándares disponibles en el mercado, refiriéndonos a cada caso y su aplicación en el mercado mundial.

El objetivo general es: Explicar el proceso de la implementación de la Televisión Digital Terrestre (ATSC, DVB-T, ISDB-T/ SBTVD o DTMB) y el impacto en el proceso de Apagón Analógico en el Ecuador: caso Provincia de Santa Elena. Objetivos específicos: 1. Detallar los estándares de televisión digital terrestre en el mundo y el escogido por el Ecuador. 2. Explicar el impacto del apagón analógico en los medios de comunicación social y en los hogares del Ecuador. 3. Advertir la incidencia que tiene el avance de la tecnología digital y su nuevo modo de desarrollo comunicacional. Esta investigación se enmarca en la línea de sociedad digital, oportunidades y riesgos, específicamente, dentro de la sublínea de adaptación a la digitalización de los medios de comunicación tradicionales en el desarrollo social. La metodología empleada en este estudio se basa en un enfoque mixto cuantitativo y cualitativo. Finalmente, los resultados obtenidos se analizaron y discutieron con base en la retroalimentación de la audiencia y los protagonistas de la implementación, el objetivo de responder a las preguntas de investigación y validar la hipótesis planteada.

Descriptoros claves: Televisión digital Terrestre (TDT), Apagón analógico, Medio tradicional, impacto social.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA



¿COLABORACIÓN O CONFRONTACIÓN? UN ANÁLISIS DE LA DINÁMICA ENTRE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA CREATIVIDAD PERIODÍSTICA.

Lic. Milton González, Mgtr.

mgonzalezs@upse.edu.ec

Dr. José Luis Férrez, PhD.

jferezv@ulvr.edu.ec

Dr. Ángel Matamoros, PhD.

amatamoros@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

El presente trabajo examina la compleja relación entre la Inteligencia Artificial (IA) y la creatividad en el periodismo. A través de una revisión bibliográfica en bases de datos científicas e informes especializados se empleó una metodología cualitativa donde se analiza el impacto de la IA en la creatividad periodística, especialmente en relación con la automatización de tareas. El estudio revela que la IA, particularmente la IA generativa (IAG), está transformando la producción y el consumo de noticias. Si bien la IAG ofrece herramientas para mejorar la eficiencia y el alcance, su influencia en la creatividad periodística es objeto de debate. Los hallazgos sugieren que la IA puede ser una aliada valiosa para los periodistas, liberándolos de tareas rutinarias y permitiéndoles enfocarse en la creación de contenido de alta calidad. Sin embargo, también plantea desafíos, como el riesgo de homogeneización de la narrativa y la necesidad de garantizar la precisión y la transparencia de la información generada por IA. El ensayo concluye que el futuro del periodismo dependerá de cómo los profesionales adopten y se adapten a la IA, encontrando un equilibrio entre la eficiencia tecnológica y la esencia humana de la profesión. Finalmente, destaca la necesidad de investigaciones continuas para comprender el impacto a largo plazo de la IA en el periodismo y garantizar su uso ético y responsable.

Descriptoros claves: Periodismo, Inteligencia Artificial, Información, Creatividad.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA: UN ANÁLISIS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE EN LA ACADEMIA

Lic. Paola Cortéz, PhD.

pcortez@upse.edu.ec

Lic. Milton González, Mgtr.

mgonzalezs@upse.edu.ec

Lic. Gerzon Cochea, MSc.

gcochea@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

La enseñanza del periodismo de investigación en la academia es fundamental para formar periodistas comprometidos con la verdad y la justicia social. Este enfoque no solo imparte conocimientos teóricos, sino que también promueve un aprendizaje práctico y reflexivo, preparando a los estudiantes para los desafíos del periodismo contemporáneo. El estudio analizó la enseñanza del periodismo de investigación en la academia mediante un enfoque de investigación mixto. Se encuestó a 244 estudiantes de Comunicación matriculados en el primer período de 2024 y se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres docentes. La encuesta abarcó tres áreas: Calidad y Relevancia de la Enseñanza, Metodología y Recursos Tecnológicos, y Preparación Práctica y Profesional. El coeficiente de Cronbach de 0.94 reflejó alta consistencia interna en los resultados. Los estudiantes valoran el periodismo de investigación como crucial en su formación, pero identifican la necesidad de mejorar la integración entre teoría y práctica, y la disponibilidad de recursos tecnológicos. Los docentes destacaron la importancia de la ética en el periodismo investigativo y la necesidad de mejorar la infraestructura tecnológica. Se concluye que es vital revisar las metodologías pedagógicas e invertir en recursos tecnológicos para mejorar la enseñanza del periodismo de investigación, asegurando una formación integral que prepare a los estudiantes para un entorno profesional complejo y dinámico.

Descriptor clave: Periodismo de investigación, Enseñanza académica, Metodologías pedagógicas, Recursos tecnológicos.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

MODELO COMUNICACIONAL Y MANEJO DE LA IMAGEN CORPORATIVA HOTEL COLÓN SALINAS

Lic. Arlin León

arlin.leond@upse.edu.ec

Lic. Gerzon Cochea, MSc.

gcochea@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

El objetivo de la investigación fue conocer la eficiencia del modelo comunicacional relacionado a la comunicación externa; y el manejo de la imagen corporativa vigentes en el Hotel Colón Salinas. Para el análisis se empleó un enfoque investigativo mixto al combinar métodos cuantitativos y cualitativos. Esta investigación fue de tipo descriptivo, debido a que se resaltaron características del fenómeno en cuestión; la investigación se dio bajo el diseño no experimental y para ello, se aplicó una encuesta a huéspedes del Hotel Colón Salinas seleccionados aleatoriamente para conocer su opinión sobre la gestión comunicacional. También, se realizó una ficha de observación en el que se analizó a profundidad parámetros de marketing y publicidad. Se registraron 197 respuestas en el que se demostró que el uso de soportes digitales y de estrategias de marketing, la creación de contenido audiovisual atractivo e incluir los elementos de la identidad corporativa que captan la atención del público objetivo, fideliza los clientes y posiciona el hotel ante la competencia. Por otro lado, el uso del modelo comunicacional circular de Dance permite la expansión de la información, el intercambio de información entre clientes, lo que abre camino a construir la imagen corporativa.

Descriptor clave: Imagen corporativa, modelo comunicacional, identidad corporativa, soportes digitales, plataformas de reserva.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

POENCIA

LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LOS ESPACIOS DIGITALES PARA EL FOMENTO DE UN ENTORNO INCLUSIVO Y PARTICIPATIVO

Lic. Gabriela Rodríguez

gabriela.rodruiguezvillon@upse.edu.ec

Per. Martha Suntaxi, MSc.

msuntaxi@ups.edu.ec

Lic. María Isabel Posligua, MSc.

mposligua@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

La comunicación intercultural en los espacios digitales se ha vuelto una necesidad imperiosa para promover la inclusión y la comprensión mutua en una comunidad diversa y cada vez más conectada. El objetivo principal de esta investigación es conocer la incidencia de las estrategias de comunicación intercultural en el fortalecimiento de los espacios digitales que promuevan la interacción de culturas en Chanduy. La justificación de este estudio radica en la promoción de una comunicación efectiva, inclusiva y respetuosa en un entorno digital que facilita la colaboración, el intercambio de conocimientos y la creación de redes de apoyo. La metodología utilizada: enfoque cuantitativo con métodos descriptivos como encuestas y entrevistas. Los resultados resaltaron la efectividad de adaptar estrategias de comunicación específicas en medios digitales para facilitar la interacción entre diferentes culturas. La investigación concluyó que las plataformas digitales no solo sirven como herramientas para la comunicación, sino también como espacios donde las culturas pueden interactuar de manera respetuosa y constructiva, fortaleciendo así el tejido social y fomentando un entorno inclusivo y participativo para todos los miembros de la comunidad parroquial.

Descriptoros claves: interculturalidad, medios digitales, inclusión, comunidades virtuales.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

POENCIA

COMUNICACIÓN DEL PRINCIPIO ERGA OMNES PARA LA TUTELA JUDICIAL EFECTIVA

Ab. Marco Jacho, MSc.

marco.jacho@hotmail.com

Radio Salinas

Ab. Álvaro Jacho Cruz, MSc.

Investigador independiente

Dr. Arturo Clery, Ph.D.

clery@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Dra. Lilian Molina, Ph.D.

lilian.molinab@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

Resumen:

A continuación, se examina la aplicación del principio erga omnes en el contexto de la comunicación de la Tutela Judicial Efectiva en Ecuador, tras la adopción de la Constitución ecuatoriana de 2008. Se destaca que, aunque la Constitución y el Código Orgánico de la Función Judicial exigen la tutela imparcial y expedita de los derechos, en la práctica los jueces a menudo no comunican adecuadamente los principios pro homine y erga omnes. El principio erga omnes, que implica que las decisiones judiciales deben tener efectos generales, y no solo aplicarse a las partes involucradas, es fundamental para garantizar que los derechos se respeten de manera uniforme y equitativa. Sin embargo, existe un debate doctrinario sobre si sus efectos deben ser comunicados a las partes del proceso o aplicarse de manera general a casos similares. La correcta comunicación e implementación de estos principios es crucial para fortalecer la justicia y la seguridad jurídica. Se concluye que es esencial mejorar la aplicación y comunicación de los principios pro homine y erga omnes para asegurar una tutela efectiva y equitativa de los derechos.

Descriptoros claves: tutela judicial efectiva, principio erga omnes, derechos humanos, aplicación constitucional, justicia imparcial.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

APLICACIÓN DEL DERECHO A LA RÉPLICA EN CONTENIDOS PERIODÍSTICOS

Ab. Fernando Muñoz, MSc.

Radio Salinas

Dra. Lilian Molina, Ph.D.

lmolina@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Dr. Arturo Clery, Ph.D.

arturo.clerya@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

Ab. Marco Jacho, MSc.

marco.jacho@hotmail.com

Radio Salinas

Resumen:

El trabajo tuvo como objetivo analizar el acceso efectivo al derecho a la réplica en contenidos periodísticos, identificar las características del derecho a la réplica frente al de rectificación y evidenciar su correcta aplicación mediante ejemplos verificables. La metodología combinó un enfoque objetivo y subjetivo, usando investigación documental y técnicas de observación y análisis. Se concluyó que la correcta aplicación del derecho a la réplica es crucial para la protección del honor y reputación de los ciudadanos, y que la falta de conocimiento y aplicación adecuada del derecho genera conflictos y limitaciones. El estudio también destacó la necesidad de que los medios de comunicación actúen con responsabilidad para garantizar el cumplimiento de estos derechos, promoviendo así la libertad de expresión y la búsqueda de la verdad.

Descriptor clave: derecho a la réplica, medios de comunicación, rectificación, libertad de expresión, responsabilidad.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

MARCA COMUNICACIONAL Y VALORACIÓN ANCESTRAL DE LA CULTURA VALDIVIA EN EL CANTÓN LA LIBERTAD EN EL AÑO 2024

Delia Rodríguez Alvarado

maria.rodriguezalvarado@upse.edu.ec

Ec. Cynthia Espíndola, MBA.

cespindola@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

Objetivo identificar la Marca comunicacional y valoración ancestral de la cultura valdivia en el cantón La Libertad, para comprender la simbología cultural e identificación, comunicacional de las figuras Venus de Valdivia. Donde se implementó de la investigación, un enfoque mixto, considerando los datos cualitativos y cuantitativos través de una investigación descriptiva, utilizando un diseño no experimental, donde no se modifica ninguna variable, considerando la población total de la provincia de Santa Elena, donde se tomó una muestra de 250 personas con criterios de inclusión de la muestra, donde se excluyeron al resto de la población por motivos tiempo y presupuesto se excluyeron a los demás habitantes utilizando la escala de Likert. Los resultados nos revelan datos importantes como si es importante la marca comunicacional y la definición del conocimiento esencial para el Cantón La libertad. La valoración ancestral forma parte de la expresión artística del cantón La libertad. La valoración ancestral de la cultura valdivia enfocado en la marca comunicacional de la comuna Valdivia del Cantón Santa Elena, demuestra las figuras de barro en puntos específicos de la provincia de Santa Elena no solo fomenta la atención en una cultura aborígen, realzar el valor necesario de conocer nuestra cultura y el significado de las figuras de barro, la potencialización turística ayudaría a los comuneros para que el mensaje que transmiten las figuras de barro lleguen a diferentes sitios a nivel nacional, local e internacional, el crecimiento debe ser oportuno en un mensaje, alcanzar o superar estándares de conocimiento, nos abre las puertas en reconocimiento a nivel local e internacional.

Descriptoros claves: Marca, ancestral, comunicacional, cultura precolombina, valoración.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

LOS MEMES EN LA OPINIÓN PÚBLICA: DINÁMICA COMUNICATIVA Y CULTURA DIGITAL.

Lic. Paola Cortéz, Ph.D.

pcortez@upse.edu.ec

Lic. Gerzon Cochea, MSc.

gcochea@upse.edu.ec

Ec. Cynthia Espíndola, MBA.

cespindola@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

Esta investigación destaca cómo los memes, al ser formas de expresión humorísticas, pueden ocultar discursos de resistencia y adaptarse a diversos contextos, afectando la percepción ciudadana. El objetivo fue determinar cómo los memes contribuyen a la dinámica comunicativa de la opinión pública, analizando su rol en la comprensión, identificación y perdurabilidad de la información. Empleando un enfoque cualitativo y un diseño fenomenológico hermenéutico, se recopiló datos a través de entrevistas con diversos actores sociales: un dirigente barrial, un creador de contenido, un periodista, un estudiante de comunicación, un profesor universitario y un estudiante de colegio. Estas entrevistas permitieron explorar cómo los entrevistados interpretan y valoran los memes en relación con temas de actualidad. El análisis de contenido se realizó mediante una matriz de contenido observacional, que evalúa cómo los memes contribuyen a la perpetuación de ciertos mensajes o ideas dentro de la comunidad y si logran mantener su relevancia en el tiempo, complementada con una interpretación hermenéutica para profundizar en el significado y contexto de los memes. Los resultados revelaron que, gracias a su capacidad de viralización, los memes pueden alterar la percepción pública y fomentar la creación de subculturas digitales que impactan en la opinión pública. En conclusión, se evidencia que los memes juegan un papel significativo en la construcción de la opinión pública, reflejando un nuevo paradigma en la comunicación contemporánea.

Descriptoros claves: Memes, Opinión pública, Dinámica comunicativa, Cultura digital, Viralización.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

LOS MEMES EN LA OPINIÓN PÚBLICA: DINÁMICA COMUNICATIVA Y CULTURA DIGITAL.

Lic. Paola Cortéz, Ph.D.

pcortez@upse.edu.ec

Lic. Gerzon Cochea, MSc.

gcochea@upse.edu.ec

Ec. Cynthia Espíndola, MBA.

cespindola@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

Esta investigación destaca cómo los memes, al ser formas de expresión humorísticas, pueden ocultar discursos de resistencia y adaptarse a diversos contextos, afectando la percepción ciudadana. El objetivo fue determinar cómo los memes contribuyen a la dinámica comunicativa de la opinión pública, analizando su rol en la comprensión, identificación y perdurabilidad de la información. Empleando un enfoque cualitativo y un diseño fenomenológico hermenéutico, se recopiló datos a través de entrevistas con diversos actores sociales: un dirigente barrial, un creador de contenido, un periodista, un estudiante de comunicación, un profesor universitario y un estudiante de colegio. Estas entrevistas permitieron explorar cómo los entrevistados interpretan y valoran los memes en relación con temas de actualidad. El análisis de contenido se realizó mediante una matriz de contenido observacional, que evalúa cómo los memes contribuyen a la perpetuación de ciertos mensajes o ideas dentro de la comunidad y si logran mantener su relevancia en el tiempo, complementada con una interpretación hermenéutica para profundizar en el significado y contexto de los memes. Los resultados revelaron que, gracias a su capacidad de viralización, los memes pueden alterar la percepción pública y fomentar la creación de subculturas digitales que impactan en la opinión pública. En conclusión, se evidencia que los memes juegan un papel significativo en la construcción de la opinión pública, reflejando un nuevo paradigma en la comunicación contemporánea.

Descriptor clave: Memes, Opinión pública, Dinámica comunicativa, Cultura digital, Viralización.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA

LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS TRADICIONALES EN LA PERCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Sergio Daniel Ortega Castillo
sortegac2@est.ups.edu.ec

Lic. Bismarck Alberto Arana Mite, MSc.
barana@ups.edu.ec

Universidad Politécnica Salesiana

Resumen:

Este artículo investiga la influencia de los medios convencionales en la percepción del embarazo adolescente en Ecuador. El estudio se enfoca en comprender cómo los individuos en el país interpretan esta situación y cómo los medios tradicionales generan y presentan contenido relacionado con este fenómeno. Para su metodología, se emplearon encuestas a una muestra representativa de la población ecuatoriana con el propósito de concebir las opiniones comunes sobre el embarazo adolescente. Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con expertos en salud pública, educación y comunicación para obtener una comprensión más amplia de las causas y consecuencias de este fenómeno en el contexto ecuatoriano. También se realizó un análisis del contenido de producciones emitidas y/o publicadas por los medios tradicionales, para examinar cómo se aborda el tema y qué narrativas predominan en ellos. Se resaltan hallazgos que revelan la complejidad y las implicaciones de la representación mediática del embarazo adolescente en Ecuador. Este estudio destaca la necesidad de una mayor educación sexual y reproductiva en adolescentes, así como una cobertura mediática más equilibrada y responsable del tema. Se sugiere por parte de los medios la promoción de mensajes positivos y de conciencia, fomentando la prevención, y apoyo a las adolescentes.

Descriptor clave: medios tradicionales, influencia, percepción.

LA DESINFORMACIÓN EN EL PERIODISMO DEPORTIVO
ECUATORIANO EN EL CONTEXTO DE LOS FICHAJES DE LA
LIGA PRO

Sergio Daniel Ortega Castillo

sortegac2@est.ups.edu.ec

Lic. Bismarck Alberto Arana Mite, MSc.

barana@ups.edu.ec

Universidad Politécnica Salesiana

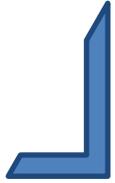
Resumen:

Este artículo investiga la influencia de los medios convencionales en la percepción del embarazo adolescente en Ecuador. El estudio se enfoca en comprender cómo los individuos en el país interpretan esta situación y cómo los medios tradicionales generan y presentan contenido relacionado con este fenómeno. Para su metodología, se emplearon encuestas a una muestra representativa de la población ecuatoriana con el propósito de concebir las opiniones comunes sobre el embarazo adolescente. Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con expertos en salud pública, educación y comunicación para obtener una comprensión más amplia de las causas y consecuencias de este fenómeno en el contexto ecuatoriano. También se realizó un análisis del contenido de producciones emitidas y/o publicadas por los medios tradicionales, para examinar cómo se aborda el tema y qué narrativas predominan en ellos. Se resaltan hallazgos que revelan la complejidad y las implicaciones de la representación mediática del embarazo adolescente en Ecuador. Este estudio destaca la necesidad de una mayor educación sexual y reproductiva en adolescentes, así como una cobertura mediática más equilibrada y responsable del tema. Se sugiere por parte de los medios la promoción de mensajes positivos y de conciencia, fomentando la prevención, y apoyo a las adolescentes.

Descriptoros claves: medios tradicionales, influencia, percepción.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA



INNOVACIÓN EN ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA LA ADAPTACIÓN DIGITAL Y EL CRECIMIENTO DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN ECUADOR: ESTUDIO DE CASO “RADIO SALINERITO”

Lic. Bladimir Guarnizo, MSc.

jguarnizo@ueb.edu.ec

Universidad Benito Juárez/Universidad Estatal de Bolívar

Lic. Milton González, MSc.

mgonzalezs@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

El estudio tuvo como objetivo analizar cómo las alianzas estratégicas impulsaron la adaptación digital y el crecimiento de la radio comunitaria en Ecuador, tomando como caso de estudio a Radio Salinerito. Se empleó una metodología cualitativa basada en entrevistas a actores clave y revisión documental. A través del análisis, se identificaron las estrategias innovadoras implementadas por la emisora para integrar nuevas tecnologías y fortalecer su presencia en el entorno digital. Los resultados mostraron que las alianzas con instituciones educativas y organizaciones no gubernamentales fueron cruciales para acceder a recursos tecnológicos y capacitación, lo que permitió a la radio ampliar su audiencia y mejorar la calidad de sus contenidos. Se concluyó que la innovación en alianzas estratégicas es un factor determinante para la sostenibilidad y el desarrollo de las radios comunitarias en el contexto actual.

Descriptor clave: Innovación digital, Alianzas estratégicas, Radios comunitarias, Adaptación tecnológica, Radio Salinerito.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

PONENCIA



DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS INCLUSIVOS: ESTRATEGIAS PARA UNA COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA ACCESIBLE. ESTUDIO DE CASO: UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA (UPSE)

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.

vgarciag@upse.edu.ec

Lic. Natasha Calle

natasha.callesanchez@upse.edu.ec

Lic. Emily Ricardo

emily.ricardoplus@upse.edu.ec

Lic. Bladimir Guarnizo, MSc.

jguarnizo@ueb.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

La investigación analizó los desafíos y oportunidades en la producción de contenidos inclusivos en el periodismo, utilizando como estudio de caso a la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). El objetivo fue identificar las barreras que limitan la accesibilidad de las personas con discapacidad visual y auditiva en la comunicación periodística y proponer estrategias efectivas para superar estas limitaciones. Se empleó una metodología cualitativa basada en entrevistas a expertos y análisis de contenido en medios locales. Los resultados indicaron que, aunque existen importantes desafíos tecnológicos y organizativos, las estrategias de formación continua y el uso de herramientas tecnológicas avanzadas permiten mejorar significativamente la accesibilidad de los contenidos. Las conclusiones subrayaron la importancia de incorporar prácticas inclusivas desde la planificación editorial, garantizando la participación de una audiencia más diversa y mejorando el impacto social del medio.

Descriptoros claves: Inclusión, Accesibilidad, Estrategias, Retos, Oportunidades.

Ciencia, tecnologías y paradigmas de la investigación educativa, y su papel en las Ciencias de la Educación

Lic. Carolina Egüez Cevallos, MSc.

rita.eguezc@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

Ing. Gabriel Arroba Soria, MBA.

gabriel.arroba@gmail.com

Investigador independiente

Lic. Jorge Morán Peña, MSc.

jorge.moranp@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

Ab. Roberto Palacios Quinto, MSc.

rpalacios@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

Es primordial abordar la importancia que tiene la interacción entre la ciencia, la tecnología, los paradigmas de investigación educativa y el papel de las Ciencias de la Educación en el contexto actual. La educación es un proceso fundamental en la sociedad, el cual debe tener calidad y eficacia y aquí toma un gran papel la investigación educativa. La ciencia y la tecnología han transformado la forma en que enseñamos y aprendemos, esto ha impactado directamente en la investigación educativa, En esta investigación se explora como la ciencia, la tecnología y los paradigmas de investigación influyen actualmente en la educación, así como el papel fundamental que desempeñan las Ciencias de la Educación en este proceso. Se identifican distintos enfoques metodológicos los cuales nos llevarán a visualizar los distintos desafíos y oportunidades que enfrenta la investigación educativa en la actualidad donde interactúan otras disciplinas que contribuyen al avance de la educación.

Descriptor clave: Ciencia, Tecnología, Paradigmas de la investigación educativa, Ciencias de la Educación.

Comunicación de los factores asociados a la eficiencia laboral en el crecimiento económico del sector constructor en el Ecuador postpandemia, 2021-2023

Ing. Sonia Tigua Moreira, MSc.

stiguam@unemi.edu.ec

Universidad Estatal de Milagro

Ing. Edison Cruz Navarrete, MBA.

edison.cruzn@ug.edu.ec

Lic. Josué Clery Aguirre, MBA.

josue.clerya@ug.edu.ec

Ing. Eduardo Flor Calva, MBA.

eduardo.florc@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

Resumen:

El artículo analiza la relación entre la eficiencia laboral y el crecimiento económico del sector de la construcción en Ecuador postpandemia (2021-2023) mediante técnicas estadísticas como PCA y HJ Biplot. Evalúa variables como ventas, empleo, salarios, capacitación y educación, destacando diferencias significativas entre provincias, con Pichincha y Guayas liderando en indicadores clave. La capacitación y las condiciones laborales influyen positivamente en la productividad, mientras que la estacionalidad afecta ventas y horas trabajadas. Se enfatiza la necesidad de ajustar estrategias empresariales para mejorar la eficiencia. Los resultados aportan herramientas para diseñar políticas públicas que fomenten un desarrollo sostenible en este sector crucial para la economía nacional.

Descriptor clave: Comunicación, Eficiencia laboral, Crecimiento económico, Sector constructor, Postpandemia.

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES MEMORIAS

POENCIA



Narrativas de comunicación y esfera pública en los contextos de la posverdad

Walter Gellibert Villao

wgellibert@upse.edu.ec

Cristina Quirumbay

cristina.quirumbay9567@upse.edu.ec

Genaro Gellibert Villao

genaro.gellibertvillao@upse.edu.ec

Maribel Iliana Castillo

maribel.castilloquirumbay9120@upse.edu.ec

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Resumen:

El artículo es un estudio sistemático de los desafíos éticos de la comunicación en contexto de la posverdad, una era de transformaciones sociales tras la irrupción de los medios alternativos que juegan un rol protagónico en la percepción de la esfera pública y la construcción de narrativas. El artículo examina los valores epistémicos y teóricos que rodean la práctica de la comunicación dirigida a audiencias digitales. En la era de la posverdad, el discurso público experimenta transformaciones significativas en las que la desinformación y las narrativas sesgadas han ganado protagonismo en la esfera pública. Este fenómeno ha sido especialmente evidente tras la emergencia de las redes sociales como medios de comunicación política.

Descriptor clave: Narrativas de comunicación, Esfera pública, Contextos de la posverdad.



**V CONGRESO INTERNACIONAL
DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES**
**Inteligencia artificial
y comunicación en la era
de la posverdad**

ISBN: 978-9942-679-07-9



9789942679079

*Inteligencia artificial
y comunicación en la era
de la posverdad*

**V CONGRESO INTERNACIONAL
DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS DIGITALES**

ISBN: 978-9942-679-07-9

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN
CARRERA DE AUDIENCIAS DIGITALES