



CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES

latindex IDEAS EconPapers DOAJ Dialnet InDICES CSIC

ANÁLISIS DEL MANEJO DE LAS PROBLEMÁTICAS NACIONALES DE WILAR RTV ONLINE EN EL CONTEXTO CIUDADANO GUAYAQUILEÑO

Diana Alexandra Nuñez Aulla

Msc. Alba Del Rocío Pizarro Matamoros

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador

Correo: diana_170312@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Diana Alexandra Nuñez Aulla y Alba Del Rocío Pizarro Matamoros: "Análisis del manejo de las problemáticas nacionales de Wilar RTV online en el contexto ciudadano guayaquileño", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (vol 10, Nº 2 febrero 2021, pp. 113-121). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/caribena/febrero-21/problematicas-nacionales-wilarrtv>

RESUMEN

Las radios en Ecuador son parte esencial de los medios de comunicación, con una buena aceptación ya que esta se relaciona de una manera directa en la vida de la población, en estos días el avance de la tecnología ha ampliado las posibilidades de radiodifusión, al llegar de diversas formas al público, dando apertura a emisoras con señal online. En la presente investigación se estudia la influencia mediática ante el manejo de información sobre problemáticas locales y nacionales por parte de la radio online. La población en esta investigación está compuesta por personas de 18 a 45 años, de acuerdo con el número de personas suscritas en la red social Facebook del medio, recolectando información acerca de cómo la emisora Wilar Radio cubre las noticias de múltiples problemáticas en las variadas áreas de la vida nacional. Concluyendo que, la percepción de la audiencia de Wilar RTV con respecto al manejo de la información es óptimo en comparación con otros medios de radio online, determinando que, por la forma de transmitir sus notas de acontecimientos locales e internacionales, posee una fuerte influencia mediática sobre sus oyentes.

PALABRAS CLAVE: Medios Digitales, Sitio Web, Redes Sociales, Community Manager, Alcance Viral.

ANALYSIS OF THE MANAGEMENT OF NATIONAL PROBLEMS OF WILAR RTV ONLINE IN THE GUAYAQUILIAN CITIZEN CONTEXT

ABSTRACT

The radios in Ecuador are an essential part of the media, with a good acceptance since this is related in a direct way in the life of the population, in these days the advance of technology has expanded the possibilities of broadcasting, upon arrival in various ways to the public, opening stations with online signal. In the present investigation the media influence is studied before the handling of information on local and national problems by the online radio. The population in this research is made up of people from 18 to 45 years old, according to the number of people subscribed to the medium's social network Facebook, collecting information about how the station Wilar Radio covers the news of multiple problems in the various areas of national life. Concluding that, the perception of the audience of Wilar RTV regarding the management of information is optimal compared to other online radio media, determining that by the way of transmitting its notes of local and international events, it has a strong media influence on your listeners

Keywords: Digital Media, Website, Social Networks, Community Manager, Viral Reach.

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la sociedad en el mundo se ha dado a pasos agigantados gracias a la expansión de los medios y mecanismos de comunicación, los cuales han permitido el intercambio y la mejora de las relaciones humanas. En este sentido, los medios de radiodifusión han tenido un protagonismo importante en relación con la ampliación de la comunicación en el mundo, especialmente en el contexto popular dado que el sistema de frecuencias puede llegar a muchos espacios donde no se requieren muchos recursos económicos, de allí que esta es definida como: Un sistema de información a distancia, es decir que tiene por objeto hacer llegar a un punto muy lejano la información precedente la información procedente de otro punto, la cual es sonora, unilateral y destinada a un público masivo y diverso. El Ministerio de Educación del Gobierno de España, (2019) sostiene que el origen de este medio se remonta al año 1887, cuando a partir del descubrimiento de las ondas electromagnéticas o Hertzianas, se crea el primer receptor de radio, por el inventor Heinrich Hertz.

En Ecuador las radios han sido un punto importante en el contexto de los medios de comunicación que mayormente han contado con la aceptación de las poblaciones, puesto que desde hace muchos años estas se han compenetrado con la cultura, costumbre e idiosincrasia de los ecuatorianos, siendo ampliamente escuchada por la población. Hoy por hoy con el avance de las tecnologías la radiodifusión ha ampliado sus posibilidades de hacer radio, de llegar de diversas formas a su público, estas han podido desprender amplitud modulada (AM) y frecuencia modulada (FM), incorporando herramientas tecnológicas y dispositivos web, abriendo emisoras con señal online, las cuales se puede tener acceso directamente desde un dispositivo con acceso a la web.

Desde esta perspectiva la presente investigación tuvo como objetivo estudiar la influencia mediática ante el manejo de información sobre problemáticas locales y nacionales por parte de Wilar Radio en la población de 18 a 45 años, de acuerdo al número de personas suscritas en la red social Facebook del medio para el periodo 2019, esto con el fin de poder conformar información sobre la base de opinión de los ciudadanos o audiencia acerca de cómo esta emisora radial online que se encuentra en una modalidad de social media cubre las noticias sobre diversas problemáticas en las distintas áreas de la vida nacional.

2. ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Tipo de investigación, esta es de carácter documental y de campo, pues la información proporcionada se da directamente de la interacción y el promedio de suscriptores de Wilar Radio a través de su plataforma de Facebook.

El procesamiento de esta información se ubica en un nivel de estudio descriptivo e interpretativo, debido a que se especifican características enlazadas a las variables estudiadas, como son:

- ✓ Elementos teóricos de historia de la radio en Ecuador,
- ✓ Descripción de los componentes de una radio digital,
- ✓ La historia de Wilar Radio TV Online.

Estas variables se establecen desde el principio para evitar que el investigador se desvíe, agregando información que no es relevante para el estudio.

Enfoque de la investigación

Respecto a la naturaleza de la investigación se planteó un enfoque mixto (2014), por este motivo se usaron técnicas cualitativas y cuantitativas para el manejo de la información, además es un estudio no experimental, por cuanto no se manipularon las variables, solo se establecieron, y en función de ellas, se recogió datos necesarios que facilitan su descripción, dando respuesta a los objetivos iniciales planteados en el estudio.

Técnicas de investigación

Las técnicas de recolección de datos son procedimientos metodológicos que direccionan la recopilación de documentos para procesos de análisis. Entre estas técnicas se encuentran la entrevista y la encuesta, las cuales se pueden definir de la siguiente forma: La entrevista, es un intercambio de ideas y opiniones entre dos o más personas. En la entrevista se presentan dos modalidades:

- a) Entrevista planificada, esta se da cuando el investigador preestablece preguntas predeterminadas, que serán las que direccionen la entrevista.

- b) Entrevistas no planificadas, en esta, el investigador intercambia punto de vista sobre variados temas, pero sin una guía de entrevista preestablecida.

Estas son técnicas de la investigación implica una conversación profesional con la que se obtiene información de importancia desde el contexto investigativo, la cual puede estar estructurada mediante un cuestionario pre elaborado.

Encuesta, esta técnica permite recolectar información de interés para la investigación, valorando las opiniones de las personas seleccionadas en torno al tema tratado, el cuestionario a seguir para la encuesta no necesita que la persona a encuestar tenga un alto grado de cualificación sobre un tema a diferencia de la entrevista.

Población y Muestra

La población en esta investigación está compuesta por personas de 18 a 45 años, cuya ocupación es de estudiantes y profesionales laboralmente activos, mediante el número de suscriptores que tiene el medio digital en su red social de Facebook para el periodo 2019, estableciendo la opinión e influencia que tiene en ellos, el manejo de información de Wilar Radio, por medio de cuestionarios con preguntas de respuestas simples. Este trabajo, considera necesaria la selección de una muestra representativa de la población mencionada. Permitiendo así recoger datos sobre las variables presentadas, interpretando los resultados en forma numérica y gráfica.

Tabla 4

Población total del estudio

Población total	N° de Suscriptores
Red Social Facebook	15.000
Total	15.000

Elaborado por: Nuñez (2019)

Muestra, se plantea una muestra probabilística medición por suscriptores de Facebook, en la que todos los individuos de la demografía mencionada pueden formar parte, sin una especificación especial, mediante la aplicación de la fórmula de cálculo muestral, el resultado de la misma determinara la cantidad de personas a encuestar.

De una población de 15.000 suscriptores, la encuesta se aplicó a una muestra de 374 cuyas edades van entre 18 a 45 años, por medio de encuestas online, realizadas a través de Facebook.

Fórmula de cálculo muestral

$$n = N * Z^2 * pq / E^2 (N - 1) + Z^2 * p * q$$

Detalles de las variables

n = Muestra = 374

N = Tamaño de la población = 15.000

p = Probabilidad de éxito = 0.5

q = Probabilidad de fracaso = 0.5

E^2 = Error máximo admisible = 0.05

Z^2 = Nivel de confianza = 95% = 1.96

$$n = \frac{N * Z^2 * pq}{E^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{15.000 * (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (15.000 - 1) + (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{15.000 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 (14.999) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{14.406}{37.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{14.406}{38.4579}$$

$n = 374$

Análisis general de la información

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia que del 100% de personas encuestadas,

- ✓ 51% de ellos son hombres, el 49% son mujeres.
- ✓ 36% tienen de 45 años en adelante, un 26% poseen de entre 18 a 25 años, el 21% tiene de entre 26 a 35 años y que el de menor categoría que es del 17% son de entre 36 a 44 años.
- ✓ 34% de personas encuestadas han terminado un nivel de educación Superior, a esto se suma que un 28% terminó solo la Secundaria, por otra parte, un 20% se ubican en un nivel académico de Posgrado y un 18% son Tecnólogos.

- ✓ 36% se informa utilizando internet, el 26% recibe información a través de la televisión, un 20% escucha la radio y el 18% restante lee el periódico a la hora de informarse.
- ✓ 76% manifestó que escucha la radio con mucha frecuencia, un 16% que sintoniza la radio para informarse frecuentemente y el 8% utiliza la radio para mantenerse informado con poca frecuencia.
- ✓ 66% considera la inmediatez como un elemento importante a momento de escuchar radio online, 22% estima que la actualización es lo que destaca al momento de escuchar radio online, y el 12% restante considera la multimedia como el factor relevante para escuchar radio online.
- ✓ 73% de los encuestados escuchan Wilar radio con poca frecuente, el 24% no sintoniza Wilar radio, y el 3% restantes escuchan Wilar Radio algo frecuente.
- ✓ 39% de las personas encuestadas afirma que Wilar RTV destaca por su producción, el 31% manifestó que lo que sobresale es la calidad de sus programas, un 19% afirma que el contenido y la variedad es lo que llama atención y mientras que el 11% restante opina que el trabajo de los locutores resalta en el medio.
- ✓ 64% prefiere el programa Wilar Noticias; un 19% disfruta del programa Aviación y Turismo; el 9% "Entrevistas del día", y el 8% restante prefiere el segmento Así somos en Ecuador.
- ✓ 82% cree que el contenido de las noticias del medio tiene credibilidad; un 12% piensa que tiene poca credibilidad, mientras que el 5% opina que el contenido noticioso emitido por Wilar RTV no posee nada de credibilidad.
- ✓ 88% de personas cree que el informativo de Wilar Noticias si cuenta con periodistas preparados y el 12 % restante manifiesta que el informativo de Wilar Noticias no cuenta con periodistas preparados
- ✓ 69% de los encuestados dijo que siempre veía transmisión en vivo a través de Facebook, el 19% de personas afirman que a veces ven las transmisiones en vivo por la red social de Facebook y el 12% restante nunca ven las transmisiones en vivo por medio de la red social de Facebook.
- ✓ 70% de encuestados manifestaron Wilar Radio siempre está presente en la cobertura de hechos relevantes, el 19% considera que Wilar Radio a veces está presente en la cobertura de acontecimientos importantes y 11% de personas restantes afirmo que Wilar Radio nunca está presente en la cobertura de sucesos significativos.
- ✓ 43% a veces recibe notificaciones sobre publicaciones informativas por parte de Wilar radio, el 35% siempre recibe las notificaciones de publicaciones informativas por parte de Wilar radio y solo un 22% afirma que nunca recibe notificaciones sobre publicaciones informativas por parte de Wilar Radio.

- ✓ 97% considera que Wilar radio si debería incluir otros canales de comunicación para captar más audiencia y el 3% restantes estiman que Wilar radio no necesita incluir otras plataformas de comunicación para aumentar la audiencia.
- ✓ 93% de encuestados considera que la interacción con el público si es importante a la hora de incrementar la audiencia y el 7% restantes piensa que la interacción no es relevante para poder aumentar oyentes.
- ✓ 76% manifestó que escucha la radio con mucha frecuencia, un 16% que sintoniza la radio para informarse frecuentemente y el 8% utiliza la radio para mantenerse informado con poca frecuencia.

De acuerdo a las encuestas realizadas en este estudio, Wilar RTV goza de credibilidad en su contenido, sin embargo, el nivel de audiencia y posicionamiento es bajo porque el producto como está concebido y direccionado a un público objetivo que busca contenidos creíbles frente a otros medios digitales. Es importante señalar que la innovación y creatividad son elementos importantes para un medio digital, es vital para que el medio de comunicación se dé a conocer con la comunidad.

En este sentido, las aplicaciones móviles sirven para el conocimiento del entorno digital y por la inmediatez que representa en lo que su tiempo era la Radio VS Televisión y VS Prensa Escrita. Ha tenido un mayor desarrollo en los últimos tiempos. Porque ahora la audiencia esta habida de información y los medios digitales cubren esa brecha con los medios tradicionales, generando mayor contenido y la participación de los actores sociales comunitarios. Como una alternativa para mantenerse informados, en cuanto se refiere al tipo de información que se cubre o que se da a conocer. Un medio digital para posicionarse en el mercado debe tener lo principal como todo medio; es la credibilidad acompañada de un adecuado manejo del Periodismo Digital con el Marketing Digital. Donde la creatividad y los contenidos sean los más adecuados acordes al público objetivo y va dirigida esa información.

3. DISCUSIÓN

En la actualidad las sociedades avanzan a pasos agigantados gracias a los aportes de las nuevas tecnologías y en especial en el contexto de la comunicación, estas herramientas permiten que evolucionen y se mantengan en el tiempo. (Punín, Martínez, & Rencoret, 2014). En este contexto, la influencia mediática en las sociedades tiende a modificar sus estructuras representacionales y culturales acerca de la realidad que trate, y que puede trascender en el tiempo.

Por tanto, el manejo de la información acerca de las diversas problemáticas que ocurren en la sociedad desde la perspectiva de la comunicación digital es un tema de preocupación en el mundo, puesto que, con la era digital, ha generado una necesidad y cada vez se hace más presente en la vida de los ciudadanos, independientemente del sitio en el que se encuentren.

En atención a los objetivos inicialmente planteados en el estudio, cuya orientación era analizar la influencia mediática ante el manejo de información sobre problemáticas locales y nacionales por parte de Wilar Radio en las audiencias digitales de Guayaquil, cuando se trata del impacto de medios de comunicación digital masivos (mass-media), es más compleja la situación sobre todo por los efectos en la vida cultural social, política, educativa de las personas. Las formas y prácticas de emisión se modifican, el lenguaje, la narrativa, la intención y el mensaje. Las noticias sobre problemáticas acerca de realidades determinadas se publican en tiempo real, y, por tanto, la participación del ciudadano en función de esta se vuelve activa, adoptando una representación acerca de los hechos que se hacen públicos. Existen diversos medios de comunicación de masas en el país que desarrollan funciones periodísticas a través de plataformas digitales pese a que no se encuentran regulados en el ordenamiento jurídico, no obstante, cumplen con una función social comunicadora, y más allá socializadora. De allí la importancia que existe el estudiar la influencia que estos causan en la población, los mensajes que emiten, la relación que mantienen con la audiencia, considerando la diversidad cultural que conforma la ciudad de Guayaquil.

Dentro de este conjunto de medios, se encuentra Wilar Radio, es una plataforma de comunicación online que ofrece información sobre la realidad nacional y regional del Ecuador y sus diversas problemáticas, proporcionándole al ciudadano información en tiempo real. La radio puede ser definida como un medio de comunicación masivo el cual facilita la interacción entre quien transmite y los radioescuchas, formando una dinámica, para que pueda desarrollarse deben darse una serie de técnicas de emisión de ondas hertzianas como vehículo para la trasmisión de la palabra y sonidos (Anónimo, 2019). La programación de la emisora Wilar Radio es continua, las 24 horas del día y los 7 días de la semana, con música actual y del recuerdo proyectada en audio y video de alta definición y distribuida en sus canales de página web y cuentas oficiales de Facebook e Instagram. Adicional, cuenta con un software de última generación para los contenidos audiovisuales y para el streaming de audio como es Centovacast y Wirecast Pro versión 12.2, un programa que se actualiza periódicamente.

A través de los resultados emitidos en la presente investigación, evidencian que la percepción de la audiencia de Wilar RTV con respecto al manejo de la información es óptimo en comparación con otros medios de radio online.

4. CONCLUSIONES

La percepción del público de RTV sobre la gestión de la información es excelente en comparación con otros medios de radio en línea. A su vez, se determinó que la radio online Wilar RTV al transmitir sus notas de acontecimientos locales e internacionales y emitir un juicio sobre dichos acontecimientos, posee una fuerte influencia mediática sobre sus oyentes.

Los canales que tiene el medio digital para llegar a sus públicos, resultan deficientes, pues se desaprovecha la oportunidad de fortalecer la comunicación y el nivel de fidelidad con su audiencia. Así mismo, la producción y el manejo de sus programas resultan atractivo y confiable para su audiencia, sin embargo, esta fortaleza no se ve aprovechada por el medio, pues el número de

suscriptores aumenta de forma lenta o según la repercusión de un hecho, por lo cual se realizan las siguientes recomendaciones:

- ✓ Fortalecer la credibilidad de los medios a través del análisis, la gestión de la información y los informes oportunos de sus reporteros. La confiabilidad de Wilar Radio puede optimizarse, por lo que los oyentes lo recomendarían.
- ✓ Se debe tener precaución a los juicios que Wilar Radio transmite a través de su señal en línea, ya que los comentarios realizados influyen en la percepción de los oyentes. Puede utilizar la buena gestión de la opinión periodística como una fortaleza del medio.
- ✓ Desarrollar estrategias de comunicación que posicionen la imagen de Wilar Radio como un medio de noticias que trata la información local y nacional de manera responsable. Incluir otros canales de comunicación como WhatsApp y Messenger donde tenga una relación directa con el usuario.

REFERENCIAS

- Jauraritz, E. (2019). Tipos de programas radiofónicos. *Medios de Comunicación*. *hiru.eus*.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo2.pdf
- Ministerio de Educación del Gobierno de España . (Lunes de Julio de 2019). *Media Radio Antecedentes de la Radio* . Obtenido de recursos.cnice.mec.es:
<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag2.html>
- Punín, M. I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Digital Media in Ecuador - Future Perspectives Medios digitales en Ecuador: Perspectivas de futuro . *Revista Comunicar*, n 42, v. XXI *Media Educatiopn Research Journal* , 199-207.