



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL

**TÍTULO: ANÁLISIS Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO MÓVIL EN
CUENCA, ALCANCES Y CONNOTACIÓN EN LOS USUARIOS QUE
CONSUMEN ÉSTOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES.**

ARTÍCULO CIENTÍFICO

**Trabajo de Investigación,
previo a la obtención del
Título de Licenciado en
Ciencias de la Información
y Comunicación Social.**

AUTOR: Arq. Segundo Patricio Orellana Ordóñez

Número de cédula: 0102156593

TUTOR: Lcdo. Edgar Vicente Cordero Coellar, Mgs.

AÑO: 2019



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL

**TÍTULO: ANÁLISIS Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO MÓVIL EN
CUENCA, ALCANCES Y CONNOTACIÓN EN LOS USUARIOS QUE
CONSUMEN ÉSTOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES.**

ARTÍCULO CIENTÍFICO

**Trabajo de Investigación,
previo a la obtención del
Título de Licenciado en
Ciencias de la Información
y Comunicación Social.**

AUTOR: Arq. Segundo Patricio Orellana Ordóñez

Número de cédula: 0102156593

TUTOR: Lcdo. Edgar Vicente Cordero Coellar, Mgs.

AÑO: 2019

Índice

Índice.....	1
Título en español e inglés	III
Resumen.....	1
Palabras Claves.....	1
Abstract.....	2
Keywords.	2
Introducción.	3
Antecedentes.....	7
Planteamiento del Problema.....	19
Justificación.....	20
Objetivos.....	23
Hipótesis.....	23
Metodología.....	23
Desarrollo de Resultados.....	25
Describir al Periodismo Móvil en Cuenca.....	26
Caracterización-Identificación de Medios masivos a digitales y móviles. ..	28
Caracterización-Identificación de Periodistas Móviles.....	28
Selección sondeo-connotación en usuarios Periodismo Móvil Cuenca.....	29
Mapeo-Connotación de usuarios en Medios masivos móviles.....	29

Aplicaciones Smartphone-Periodismo Móvil.	32
Conclusiones.....	34
Bibliografía.	38
Anexos.	41
Fichas Descriptivas.	54

Análisis y situación actual del Periodismo Móvil en Cuenca, alcances y connotación en los usuarios que consumen estos productos comunicacionales.

Analysis and current situation of Mobile Journalism in Cuenca, scope and connotation in users who consume these communication product

Resumen

El Periodismo Móvil, la nueva forma convergente de comunicar por parte de los periodistas de Cuenca. Lo multimedia mediante conectividad y uso del Smartphone para informarse es lo último. Datos y sucesos provocan noticia al instante, los productos comunicacionales que consumen usuarios de la red es primicia o precisión; la inmediatez de los hechos y de quien la emite provoca ubicuidad, el impacto de compartir sucesos, es estar en todo lado a la vez, ahora con nueva tendencia en redes sociales populares.

Los ciudadanos con dispositivos móviles difunden cualquier acontecimiento, por eso es necesario realizar una investigación bajo la línea del Periodismo Digital, el proceso de exploración y determinación del Periodismo Móvil será de carácter fundamentalmente cualitativo, para entender su definición, analizar la aparición de nuevos periodistas móviles independientes dentro del contexto periodístico, y descubrir con que objetos, plataformas y demás aplicaciones se realiza ejercicio Periodístico Móvil.

Palabras Claves.

Periodismo Móvil, Periodismo Digital, inmediatez, multimedia, convergencia, ubicuidad.

Abstract.

Mobile journalism, the new convergent way of communicating by journalists in Cuenca. Multimedia through connectivity and use of the Smartphone to be informed is the latest. Information and events provoke news instantly, the communication products that users of the network consume is scoop or precision; the immediacy of the facts and the one who issues causes ubiquity of the impact of sharing events, it is to be everywhere at once, now with a new trend in popular social networks.

Citizens with mobile devices broadcast any event, so it is necessary to conduct a research under the line of Digital Journalism, the process of exploration and determination of mobile journalism will be primarily qualitative, to understand its definition, analyze the emergence of new mobile independent journalists within the journalistic context, and discover with what objects, platforms and other applications a mobile journalistic exercise is carried out.

Keywords.

mobile journalism, digital journalism, immediacy, multimedia, convergence, ubiquity.

Introducción.

El Periodismo Móvil es una nueva forma de comunicar adoptada por muchos periodistas en el planeta, por eso es necesario conocer que está sucediendo y de qué manera se está informando y comunicando mediante dispositivos móviles en Cuenca, por eso el diagnóstico propuesto será la mejor manera de conocer este fenómeno comunicacional.

(Scolari, 2008) “La comunicación ha sido vista sucesivamente como canal, instrumento, flecha, proyectil conflicto, contrato, orquesta, espiral o red. Cada una de estas metáforas configura las percepciones preguntas y métodos del investigador. (pág. 25).

Es indudable la avalancha tecnológica que se vive, entonces el Periodismo Móvil ha logrado quedarse, y se convierte en el nuevo comportamiento digital que prefieren los profesionales en información, a éste distinto periodismo convergen todos los medios comunicacionales posibles para sus prácticas en investigación, por lo tanto hay diferentes eventos dispuestos dentro de las composiciones periodísticas, es necesario pensar que están consumiendo los usuarios de información, sobre todo lo que sucede en tiempo real. Entonces hablaremos de “MOJO, Mobile Journalism” el Periodismo Digital.

En la actualidad atravesamos un proceso de «infomorfosis». Definimos la «infomorfosis» como el proceso de cambio que están teniendo los mensajes informativos u otro tipo de contenidos de información, independientemente del soporte (Web, podcast, blogs, telefonía, etc., (Flores Vivar, 2009).

El Mobile Journalism –MOJO- es el comúnmente llamado periodista multimedia. En español, podemos identificar como Periodista o Reportero Móvil (ReMo). Como ya es natural, este profesional está capacitado para enviar una crónica desde un ordenador portátil, hacer fotos, filmar una entrevista, actualizar sus blogs, grabar audio, editar un vídeo y colgarlo directamente en la web del medio. El término fue acuñado en 2005, por profesionales del Grupo Gannet (Editores de USA Today) y no ha hecho más que expandirse, pese a la reticencia de algunos profesionales, que se cuestionan el hecho de por qué tienen que hacer un trabajo que antes lo hacían tres o cuatro personas. (Vivar, 2009, pág. 8)

El presente y futuro del Periodismo Móvil se relaciona cada vez más en todos los asuntos informativos que almacenamos de los celulares. Es imperante el deseo de todo periodista en informar primero y mejor, simultáneamente la noticia e inmediatez están al orden del día; todo esto confirma la necesidad de saber más y tratar de dominar la tecnología que se brinda para estos fines, podemos decir que esta nueva disciplina se concreta al instante, es decir con las primicias que da el mundo en la era digital.

(Irigaray, 2011) “Los periodistas no podemos seguir siendo tan clásicos, el nuevo rol de conversar con los usuarios, gestionar aportaciones y explorar nuevas formas de narrar, abren las puertas para muchos perfiles, cada uno especializado en mundo de la producción periodística” (pág. 30).

Los periodistas digitales como se ha dicho están generando nuevos contenidos en información y comunicación debido a teléfonos inteligentes o Smartphone, así que lo importante es saber cómo lo están realizando y que tan efectiva se convierte la noticia que están generando para sus usuarios; avanzando en nuestro razonamiento se busca que el producto se

complemente con novedosas aplicaciones audiovisuales en redes sociales, en consecuencia provocar tendencia informativa inmediata y eficaz desde Cuenca para todo el mundo que se conecte a la red de Internet.

Patricia Peralta (2017) para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador afirma que "...el periodismo móvil es la del multimedia storytelling porque al igual que la narrativa transmedia, su principal característica es crear contenidos en diferentes plataformas acorde a su lenguaje" (Peralta, 2017, pág. 37).

Las TIC's se presentan como las responsables de proveer mecanismos de convergencia necesarios para articular una multiplicidad explosiva de nuevas fuentes de producción y circulación de información, de mensajes y programas. Se multiplican ad infinitum las representaciones virtuales a través de las experiencias multimediáticas, recreando entornos y contextos diferentes teniendo al individuo como eje central de la experiencia perceptiva. El fenómeno de la convergencia deja de ser solamente técnico para tornarse en múltiples procesos de convergencia social, cultural y política. (Vizer, 2011, pág. 31)

Cabe destacar las transformaciones producidas al momento del acceso a fuentes, es decir los usuarios participan más; sin embargo no lo hacen de la forma adecuada, recordemos que no todos los ciudadanos son periodistas, por eso viene esta deformación en información conocida como el "periodismo ciudadano", para comprender mejor nadie puede prohibir que los usuarios suban sus notas a la red, es importante reclamar que el periodista convierta como suyo este espacio, lo más importante el informador debe capacitarse profesional y tecnológicamente para éste cometido.

“...ahora desde que te levantas las fuentes están presentes y tu obligación es conectar con ellas durante todo el tiempo y no limitarse a una publicación, Antes el objetivo del periodismo era publicar ahora es conectar” (Cifuentes, 2013, pág. web).

Definitivo los contenidos informativos evolucionan, así por ejemplo el tiempo de respuesta es el feedback con los usuarios que todos esperan, sobre todo es evidente lo rápido e instantáneo que los mensajes se personalizan, en síntesis, esta propuesta es participativa y convergente, unifica los escenarios multimedia como resultado los usuarios requieren información breve y de fácil comprensión.

“...el periodista de hoy en día necesita serlo 24 horas, 7 días a la semana, y gracias a los dispositivos móviles podrá ser así, siendo capaces de informar audiovisual- mente en un breve espacio de tiempo de lo que es noticia” (Andueza, 2014, pág. 599).

El Periodista Móvil se vuelve un profesional multitarea, si bien antes desempeñaba sus funciones en la oficina de redacción, en la actualidad el profesional tiene un amplio panorama y conocimiento no sólo en redacción y estilo, sino también de preproducción, producción, grabación y edición para realizar productos comunicacionales que conforman el fragmento audiovisual que se observa en la red.

Calvanilhas (2013) por ejemplo sostiene la conjunción multimedia de lo anteriormente dicho en, “...la portabilidad, la ubicuidad o la utilización personal, con capacidades de multimedialidad, hipertextualidad, y la interactividad facilitada por los altos niveles de usabilidad” (pág. 25).

Antecedentes.

Periodismo Móvil es un criterio nuevo del Periodismo Digital, en la actualidad tanto periodista y usuario recurren al celular como objeto tecnológico inteligente para informar; al ser nuevo este concepto de periodismo, todavía no tiene una definición clara.

En el mundo de la tecnología multimedia se le conoce como periodismo público, donde existe participación del usuario, todo contenido se transforma en interactivo el tiempo que se desee, entonces el avance es comunitario y de servicio, en otras palabras, se convierte en una nueva alternativa para comunicar, donde las fuentes están abiertas, y se vuelve bidireccional, es la respuesta virtual que todos desean. Ciudadano móvil se puede plantear, por tanto, como la información que suministran, o administran los ciudadanos al mundo del cyberperiodismo. Entonces es fuente y por ende total contribución.

“La democratización de las herramientas, el abaratamiento de la tecnología y el software libre han permitido a los ciudadanos crear su propio contenido e informarse entre ellos, sin necesidad de la financiación o el respaldo de una gran empresa mediática”. (Espitirusanto, 2011, pág. 6)

Desde que apareció el teléfono celular el 3 de abril de 1973, y desde la primera llamada su creador Martín Cooper (Parra, 2008) “comenzó así la era de la telefonía móvil” (pág. 269), todo cambió con éste suceso, conviene subrayar que para ese tiempo el aparato pesaba cerca de un kilogramo y servía para llamadas y mensajes, momentos primarios, luego vienen innovadoras tecnologías móviles para segunda, tercera, cuarta y actual quinta generación en fase de desarrollo.

Periodismo participativo: El acto de un ciudadano, o grupo de ciudadanos, jugando un papel activo en el proceso de recolección, informar, analizar y disseminar noticias e información. La intención de esto, la participación es proporcionar independencia, confiable, preciso, amplio, información relevante que una democracia requiere. (Bowman, 2003, pág. 9)

Existe controversia entre la aparición del periodismo ciudadano y el Periodismo Móvil. "Periodistas en movilidad son todos los periodistas. Sin embargo, el Smartphone como herramienta de trabajo puede ayudar a conseguir una cobertura periodística inmediata y rica en recursos en situaciones no previsibles, fuera de agenda" (Barbosa, 2012, pág. 21)

En el transcurso del artículo científico se detecta que no existe un análisis profundo del teléfono móvil dentro del estudio de las Ciencias Sociales y el Periodismo, a pesar que desde la última década se vive la explosión funcional del celular. "La producción científica alrededor de dicho dispositivo inalámbrico se ha centrado en los últimos años principalmente en dos ámbitos generales: el estudio del móvil como fenómeno sociológico y, últimamente, su uso como plataforma comunicativa" (Rodríguez, 2013, pág. 16)

(Scolari, 2008) "La comunicación ha sido vista sucesivamente como canal, instrumento, flecha, proyectil conflicto, contrato, orquesta, espiral o red. Cada una de estas metáforas configura las percepciones, preguntas y métodos del investigador. (pág. 25). Continuando con el análisis, el mundo actual del segundo a segundo en información es muy amplio y cuidadoso a la hora de causar impacto con productos comunicacionales varios y sus respectivos alcances acerca del poder en tendencia y seguidores en las redes sociales, el cual es el estilo más aceptado en el mundo de la publicidad por Internet.

Lo importante es conocer cómo crece esta red de nuevos comunicadores, este fenómeno potencia del poder de informar, a continuación, algunos ejemplos de panorama mundial. En la actualidad atravesamos un proceso de «infomorfosis». Definimos la «infomorfosis» como el proceso de cambio que están teniendo los mensajes informativos u otro tipo de contenidos de información, independientemente del soporte (Web, podcast, blogs, telefonía, etc., (Flores Vivar, 2009).

En la comprensión de lo que es el nuevo Periodismo Móvil, el actualizado profesional en comunicación debe romper la barrera de lo tradicional, donde las nuevas olas de información y conocimiento se imponen, (Irigaray, 2011) “Los periodistas no podemos seguir siendo tan clásicos, el nuevo rol de conversar con los usuarios, gestionar aportaciones y explorar nuevas formas de narrar, abren las puertas para muchos perfiles, cada uno especializado en el mundo de la producción periodística” (pág. 30).

En el adelanto del estudio sobre la actualidad del Periodismo Móvil, es adecuado comprender que sucede en Ecuador, por ejemplo Susana Morán en un mapeo que realizó Fundamedios escribe acerca de los medios nativos digitales en el país y sostiene hay “aproximadamente 60 medios de este tipo... de sus resultados se desprende que en el país se hace periodismo en Internet desde las cuatro regiones del país, con equipos mínimos o que pasan la docena, con recursos ajustados y deudas, pero con esfuerzos extraordinarios: más de uno ha pasado por la tentación de cerrar (Moran, 2015, pág. web).

Existen estadísticas que afirman cada vez la necesidad de estar en el mundo informativo ecuatoriano, “datos de 2014 del MINTEL demuestran que desde 2006 la penetración de telefonía móvil subió del 63.2% al 111,20%. En redes sociales, solo en Facebook en Ecuador existen 7 millones de usuarios. A nivel

mundial, si Facebook fuera un país sería el tercero más grande del mundo con 1.280 millones de personas” (CONSEJO DE REGULACION Y DESARROLLO DE LA COMUNICACION, 2015, pág. web).

Existen varios escenarios y usos disponibles dentro de la Web para que un actualizado comunicador potencialice su rendimiento digital y realce rapidez, inmediatez y la calidad de su trabajo (pág. web). En un actual estudio de comunicación realizado por Patricio Peralta (2017) para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador afirma que “...el periodismo móvil es la del multimedia storytelling porque al igual que la narrativa transmedia, su principal característica es crear contenidos en diferentes plataformas acorde a su lenguaje” (Peralta, 2017, pág. 37).

En esta parte del marco teórico se analiza cómo los periodistas en nuestro país están trabajando en el nuevo contexto comunicacional, es bueno comentar que crece la avalancha por informar, en esta perspectiva Christian Espinosa, es visionario en el campo de la COBERTURA DIGITAL.com y especializado en Periodismo Móvil, en una entrevista digital a un diario de la ciudad de Ibarra ubicada al norte del país, sostiene que “ahora desde que te levantas las fuentes están presentes y tu obligación es conectar con ellas durante todo el tiempo y no limitarse a una publicación, Antes el objetivo del periodismo era publicar ahora es conectar” (Cifuentes, 2013, pág. web).

Las costumbres cambian, y el celular te despierta y hasta organiza la jornada, la primera actitud e impulso al levantarse un ser humano se transforma, nos conectamos movilizándonos a todo lado, pensando en saber que tiene que informarnos el celular, dependemos de él.

El nuevo periodista en primera instancia es polivalente, todoterreno y versátil, en segundo momento es multiformato tras y frente al dispositivo y todas las Tics disponibles y existe un tercer componente donde tiene que profundizar y ser preciso en contrastar y explicar lo que pasa, así sostiene Andueza: “el periodista de hoy en día necesita serlo 24 horas, 7 días a la semana, y gracias a los dispositivos móviles podrá ser así, siendo capaces de informar audiovisual- mente en un breve espacio de tiempo de lo que es noticia” (Andueza, 2014, pág. 599) .

El éxito para un periodista es amplio si aplica el uso adecuado del Smartphone para nuevos modelos informativos donde la información es hipermultimedia y personalizada.

Cuál es la receta para atraer visualizaciones y usuarios en las redes con carácter periodístico, se dice entonces que el protagonista siempre será el periodista, lo que no se ve no se vende era antes, al modo actual lo que no se sube a la red no existe.

Según datos de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), los abonados que cuentan con Servicio Móvil Avanzado (SMA) superan los 14 millones de usuarios, hasta abril del año 2016.

Pero es necesario destacar que SMA es conocido como un servicio de telecomunicaciones que permite a usuarios comunicarse mediante voz, mensajes de texto, video llamada, Internet, todo de manera inalámbrica a través de teléfonos inteligentes de media gama en adelante como soporte, mientras que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para un

análisis del 2015 en hogares ecuatorianos registra que el 89,5 tenía un teléfono inteligente para informarse (Información, 2017, pág. web).

Los nuevos datos que informa la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones sirve para ubicar el nivel, cada vez se suman como ya se mencionó más abonados al Servicio Móvil Avanzado para destacar en la publicación se resume que “46,4% de usuarios del Servicio Móvil Avanzado poseen un Smartphone.

En Ecuador existen 8,1 millones de cuentas de internet móvil. La tenencia de internet móvil ha crecido desde 2010 en 46 puntos: de 2.4% a 48,7%. 11 de cada 100 niños, de entre 5 y 15 años, posee un teléfono móvil activo, y de ellos seis usan un Smartphone (Telecomunicaciones, 2017, pág. web).

Lo anteriormente dicho demuestra el boom de acogida para informar que está activo para ser alimentado, como conclusión con el uso del teléfono inteligente, el periodista debe estar a la vanguardia de nuevos usuarios y las capacidades de acogida en los nuevos escenarios, como recomienda Juan Varela (2011) “el ciberperiodismo no necesita grandes redacciones, pero sí organizaciones flexibles, rápidas, expertas, potenciadas con algoritmos sociales y tecnológicos, herramientas digitales y criterio social “(pág. 109).

Es interesante como aumentan los datos de personas que poseen y usan teléfonos inteligentes, para una población de 16'714.929 de ecuatorianos y sumado a lo descrito con los resultados del El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) se publicó 8'482.236 personas tienen celular, 4'484.087 Smartphone, también las cifras demuestran que la mayoría de teléfonos inteligentes 2'267.696 está en manos de las mujeres, otras características

explican que ecuatorianos entre 25 y 34 años usan más Smartphone, con 1'285.329 (Ciudadano, 2017, pág. web).

Para el 2016 con los datos que están publicados en la página de Ecuador en cifras 9 de cada 10 hogares poseen al menos un teléfono celular, también el 38,0% usó Internet como fuente de información, y el 31,5% lo utilizó como medio de comunicación en general, en Azuay 5 de cada 10 personas tiene teléfono celular activo.

Más datos que aportan a la investigación exploratoria del fenómeno en estudio, son los que ubican a la tenencia de teléfonos inteligente en 2015 era del 37,7 % y sube al 52,9 % para el 2016 con celular activado, de aquí como edad modal la que comprende de 25 a 34 años el 79,3% poseen un teléfono inteligente.

No todos estamos conectados, es un error del periodista pensar que llega con su mensaje móvil a todo el mundo y en todo lado, antes con los medios masivos se difunde el producto comunicacional en los formatos análogos y luego tal vez queda, en el recuerdo de la audiencia, ahora hay inmediatez y registro digital que permanece en el perfil del productor del nuevo producto comunicacional digital en la red, más datos del INEC denotan que el 11,5% de la población son analfabetas digitales.

Es indudable el poder de las redes sociales, el periodista en lo posible debe tener dos momentos en su transformación móvil, el primero crear el branding o marketing digital del nombre del nuevo perfil del periodista móvil en comunicación, y la otra acción de mutación digital es generar y potenciar el fanding o empoderamiento que da el usuario a la marca móvil, los seguidores

que provoca el usuario pasa de la fama del momento y trending a la formación en información con precisión y contraste lo que da peso a su publicación, ahí los usuarios recomiendan esta publicación con otros usuarios afines o no, pero si es bueno el común de los usuarios sabe distinguirlo.

Las redes sociales tampoco son popular y preferida como vía para difundir noticias en la red, en al aumento de argumentos más datos digitales publicados, indican que 4'224.984 tienen redes sociales con el 25,28 % del total de población (Censos, 2016, pág. web).

La fuerza en comunicación que hay desde el celular como eje de convergencia en la red y sus alcances, provoca que los periodistas conozcan sobre información de Tecnologías de la Información y Comunicación actualizada, sumar cobertura y equipamiento, tener acceso y uso fácil del computador, poseer internet y celular para ser Productor, y saber del análisis y formulación de nuevos productos comunicacionales, lograr resultados efectivos acorde a la inmediatez del tiempo de información desde celular.

Los planes de cobertura al futuro en telefonía celular en el país hasta el año 2021 serían de un 98% de cobertura poblacional para tecnología celular de 2G y 3G y el 80% de 4G para 2021 según proyecciones, con esta perspectiva los dispositivos inteligentes y portables alcanzan en los usuarios el poder satisfacer necesidades de conectividad dotados con mayores velocidades y conexión, más la gran capacidad de procesamiento y almacenamiento que adquiere cada dato e información cada segundo, como consecuencia el uso de Smartphone provoca en la población del periodismo móvil diversas ventajas y nuevas conductas en la economía, en medida que industrias, bancos y comercio en general, se benefician por bajos costos de operación al brindar

servicios con soluciones móviles, aquí un nicho para brindar servicio de información móvil de primera (Censos, 2016, pág. web).

Según el blog especializado en marketing, social media, mobile, rentabilidad y management Formación General publica datos con respecto al ranking en redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en Ecuador, por ejemplo, se mantiene que para una población de 13,2 millones promedio de usuarios conectados a Internet al 2016.

La principal puerta de entrada navegación y búsqueda es Google, el consultor par el estudio Juan Pablo Del Alcázar Ponce (2017) mantiene que “en términos de redes sociales, Facebook mantiene el liderazgo con 11 millones de usuarios, seguidos por Instagram, LinkedIn, y Twitter. Todas estas redes utilizadas desde dispositivos móviles” (pág. Web). En la misma publicación a enero del 2017 se incrementan los datos con respecto al ranking de las aplicaciones con más descarga para sistemas operativos tanto Android como Apple, estas son WhatsApp, Messenger y Facebook.

En un estudio realizado sobre los panoramas de los medios en Ecuador afirma. Según las cifras del Ministerio de Telecomunicaciones, 5 millones de ecuatorianos acceden al servicio de Internet móvil con mayor velocidad y calidad desde el reciente despliegue de la tecnología 4G de las dos principales operadoras Claro y Movistar.

Todo proceso de investigación, reúne condiciones como una consistente búsqueda bibliográfica, networking, enlaces, alianzas, y demás temas, datos, informaciones, entrevistas de profundidad y demás formas que se relacionen con Periodismo Móvil en Cuenca, los resultados son escasos todavía en datos

y fuentes, por eso este artículo científico tiene como objetivo ubicar el diagnóstico y características del Periodismo Móvil cuencano.

Al ser portable la comunicación mediante celular el periodista debe estar preparado para todo, de manera previa proveerse de la mayor cantidad de información en todas las plataformas posibles, sumar los géneros periodísticos adecuados para enmarcar el contexto profesional de la noticia, promover una actitud profesional efectiva de difundir productos audiovisuales en redes sociales, el impacto puede ser reproducirlo o luego subirlo, también sirve para coberturas en vivo.

Esta suma de requisitos nombrados, da como resultado una exposición ante la opinión pública, donde se enfrentan cada segundo: Periodismo Móvil vs periodismo ciudadano, triunfador el primero, gana con knock out técnico, ¡es profesional!

En el mercado de la oferta y demanda por Internet existen aplicaciones para celulares con los sistemas operativos Android e IOS, la lista es completa y multimedia, la gama de posibilidades en adquisición también es infinita, se obtienen gratuitos con descargas, y otros en pagos con tarjeta de crédito, se enlazan y crean redes multiplataforma de navegación y prestaciones.

En resumen, como debe un periodista móvil subir los productos comunicacionales a la red, se recomienda que posea cuentas en: Blog, Perfil Facebook personal, Fan-Page Público, Google más, Twitter, Instagram, Chanell YouTube, etc., con las cuales la conexión a fuentes nacionales o internacionales es inmediata, gestionar todo el tiempo entrevistas y monitorear los acontecimientos de todo lo que pasa.

El actual Periodista Móvil, se caracteriza por hacer transmisiones en vivo de noticias vía Streaming, Ustream, Livestream, Bambuser, Utrailme, etc., todas gratuitas, que más el soporte de seguidores y fans en perfiles de Facebook, y Facebook live, la ecuación de cobertura crece en forma geométrica con los usuarios que se pueden sumar a la campaña de Periodismo Móvil.

Se puede pagar con tarjeta los miles de vistas que se deseen por día, ahora el cliente mediante una estadística en google analíticos por ejemplo puede saber cuántas personas en verdad le dieron un like, dejaron un comentario, y compartieron dichos productos, pero lo más importante para el periodista móvil es que se compartan sus productos sin pago alguno, ahí el éxito del consumo adecuado por parte de los usuarios.

Los productos audiovisuales multimedia también están acompañados de etiquetas, ubicación, referencias, enlaces, publicidad y múltiples posibilidades gratuitas o con pago y aún sólo clic.

El impacto puede ser mundial depende de los lectores digitales activos conectados en otros celulares en la gran red social y de trabajo, cuya meta es captar la mayor cantidad de seguidores que compartan un trabajo bien contrastado y producido bajo un nuevo perfil periodístico móvil independiente.

Entonces el resultado de lo que propone este artículo científico es conocer las características del Periodismo Móvil delimitado el contexto de estudio a Cuenca, como ya se había mencionado en el marco contextual, tanto en la selección bibliográfica, así como con el valioso apoyo de las fuentes de información y los nuevos aportes de periodistas que incursionan en este reto, estas premisas brindan los resultados del análisis exploratorio realizado.

La técnica para sondear a los periodistas móviles se concentra, para agrupar esta tendencia informativa se recurre entonces a realizar un registro en todas las plataformas virtuales de los periodistas que están subiendo productos comunicacionales mediante el uso de celular móvil en la ciudad de Cuenca, es visible encontrarlos en los diferentes buscadores para sitios web de transmisión online, cabe destacar que se eliminaron dentro del análisis a los medios que aún trabajan bajo el periodismo tradicional.

Con este antecedente los medios de información masivos quedan relegados y pertenecen a todo lo que había en comunicación antes de la tecnología web 2.0, estos dejan de brindar por ejemplo los modernos privilegios de respuesta e interactividad.

Como conclusiones se trata de homogenizar el conocimiento y la nueva capacidad del profesional móvil para subir productos comunicacionales en la red ya sea en tiempo real o al momento que lo decida, la cobertura será en lo posible inmediata eso formula las cinco p: producto comunicacional, posicionamiento, precisión, primicia y publicidad.

En resumen, la presentación final en la red, es la constancia por parte del usuario en proveerse de datos e información adecuada y profesional, mantiene fundamentos básicos del periodismo tradicional como ética y comportamiento de un comunicador social dentro del ejercicio profesional pero ahora al mundo digital y convergente móvil.

El dispositivo móvil es vivir la información desde otra plataforma, es sentir el universo paralelo de la misma información, donde todos pueden ser corresponsales, depende del periodista móvil ahora hacer respetar el derecho

a una información respetuosa en todos los fundamentos legales y éticos que rigen dentro del Ecuador.

En lo esencial este artículo académico sirve para crear Periodismo Móvil con: información híper multimedia contrastada, independencia del periodista para la cobertura de los hechos en vivo y producidos, generar tendencia y seguidores de contenidos informativos subidos a la red, provocar marketing digital de impacto; dar trato imparcial a los protagonistas, ellos también tienen sus impactos e impresiones, ser ético y veraz porque descubre una realidad social la verdad híper multimedia, es de carácter bidireccional la respuesta es inmediata multimedia.

El usuario de la red puede aportar con datos e información por su primicia pero, se debe desterrar del mundo de la información profesional para redes que se consume al llamado “ciudadano móvil” que no está preparado en la academia de forma previa, si se hacen bien las cosas los productos comunicacionales dentro del contexto periodístico son aceptados por las audiencias en la red y eligen apoyar como seguidores y publicidad, en fin hay tantas posibilidades de difundir información y comunicación convergente móvil, escoja como periodista la actualidad del momento de ubicuidad móvil mediante un teléfono inteligente, la realidad se parece a la ficción, al final el periodista cuencano debe estar ya preparado para el nuevo periodismo móvil independiente.

Planteamiento del Problema.

¿De qué manera los periodistas reflejan la forma de comunicar en Periodismo Móvil?, los periodistas crean este nuevo espacio de comunicación independiente para transmitir noticias, sucesos, resúmenes de crónicas y reproducciones de productos audiovisuales dentro de los géneros

periodísticos por intermedio de las redes sociales, indagar sobre sus características así como analizar los objetivos que demanda contenidos en los alcances emocionales que intenta provocar en los consumidores, todo esto se observa y comparte y se vuelve tendencia con un solo clic.

Justificación.

Los informadores actuales, cambiaron la antigua sala de redacción que se reduce a un solo dispositivo móvil.

En la nueva ecología de medios, otros han optado por el desarrollo de aplicaciones nativas para sus servicios. Finalmente, también hay quienes se han decidido pensar sus proyectos desde una mirada mobile first esto es: pensando prioritariamente en audiencias móviles. Es claro que, si se piensa primero en la movilidad, los procesos de trabajo cambian, al igual que la producción creativa y el desarrollo del contenido. (Irigaray F., 2015, pág. 24)

El usuario cuencano es tecnológico y actual en plataformas de información, no espera que su mascota le traiga el periódico por la mañana, tampoco necesita pegar oído y vista al horario de emisión noticioso tanto de radio y televisión, no necesita de los medios para saber qué pasa, todo viaja y transmite por la gran red interconectada del Internet.

El celular inteligente es un emisor-receptor de datos inteligente en una mano y navegando con la otra es una central de información multimedia, ahí se juntan los elementos de hipertexto y audiovisuales requeridos para armar el producto comunicacional, sumado a eso hay interactividad con otros usuarios, sistema comunicacional que no existía con los conocidos medios tradicionales.

A que parte del mundo llegará una noticia, se desconoce, por lo tanto, hay que ser cuidadoso con lo que se publica en redes sociales, el editor en información debe conocer en lo mínimo caja de aplicaciones y herramientas móviles, dominar terminología utilizada en la jerga de Internet para difundir información, saber cómo hacer un streaming Facebook live y crónica en tiempo real, en concreto aplicado para periodistas móviles.

El razonamiento para la transmisión se necesitan dos componentes, el Internet con su poderoso alcance y un componente inalámbrico, producto en el mercado de venta designado teléfono inteligente, Smartphone, Tablet, etc., el aparato solventará la media gama en adelante, se respalda tecnológicamente cobertura móvil y mejores alcances en la red.

El periodista debe tener claro tres valores agregados: La presencia de la cobertura de la noticia con audio, video y texto. Tener continua comunicación con las audiencias móviles y de redes sociales. Y por último tener el contexto de la cobertura, esto incluye identificar los espacios y las personas cercanas a lugar de los hechos, ya que aportan substancialmente a la redacción de la noticia. (Irigaray F., 2015, pág. 42)

A continuación, el avance del corresponsal móvil es crear una red social media en periodismo móvil y relaciones públicas activas en el networking, más el apoyo de contactos o fuentes y relaciones constantes tanto físicas como virtuales, que concretan adecuadas gestiones con otros profesionales actualizados en diversos temas periodísticos; aprovechar el contenido móvil expuesto al máximo del potencial profesional.

La articulación de estrategias cross-media basadas en la capacidad demostrada de los dispositivos móviles de generar nuevos escenarios de consumo y nuevas audiencias, de integrarlos con la funcionalidad de las redes sociales para la creación de imagen de marca y como mecanismo complementario de distribución y descubrimiento de productos, y de canalizar la fidelidad de los públicos y la percepción de calidad demanda de la imagen de marca hacia estrategias de monetización convencionales. (Aguado, 2014, pág. 9)

Agregar conocimientos y alcances de la web 2.0, actuar bajo principios básicos en marketing digital ventas y publicidad para redes sociales en sus publicaciones, averiguar promociones y límites, es conveniente que el periodista móvil también posea dotes de Community Manager y otros trabajos y servicios en la red.

Estar al tanto de plataformas comunicacionales útiles para celulares en la red, propias para generar y difundir noticia, obtener actitudes favorables en planificación y pre-producción de productos comunicacionales para coberturas móviles en vivo, tener responsabilidad ética y aplicación de buenas prácticas periodísticas en todos los ámbitos, si te comparten periodísticamente ganas en la red.

La precisión informativa en tiempo real otorga a quien este emitiendo esa noticia un poder de acogida en usuarios, es importante que el Periodista Móvil Independiente se apropie de estas coberturas, para la ubicuidad los elementos comunicacionales digitales multimedia concurren de una forma convergente a la gran red dónde instantáneamente, al subir la nota el usuario decide si la hace tendencia, comparte o aplica un dislike.

Objetivos.

Analizar la situación actual del Periodismo Móvil en Cuenca, sus alcances y connotaciones en los usuarios que consumen estos productos comunicacionales.

- a.- Caracterizar al Periodismo Móvil en Cuenca.
- b.-Recopilar información relevante sobre la connotación en usuarios del Periodismo Móvil en Cuenca.
- c.- Conocer sobre el uso adecuado de aplicaciones en Smartphone para Periodismo Móvil.
- d.- Generar un artículo científico sobre Periodismo Móvil.

Hipótesis.

La forma de comunicar en los periodistas de la ciudad, el país y el mundo, cambió con el surgimiento del teléfono móvil. Actualmente los productos comunicacionales en video son los más seguidos por la red. Con respecto a los resultados bibliográficos y análisis de los datos de acuerdo a su estado en el plano cualitativo se descubre que el periodismo modelo cambio a la digital y luego se convierte en móvil, ahora los nuevos productos y formatos comunicacionales se consumen por usuarios a través del celular inteligente y de la conectividad a Internet.

Metodología.

El presente proyecto de investigación tiene sustento metodológico en el enfoque cualitativo con técnicas de observación, análisis de contenidos sobre el tema, entrevistas en profundidad con expertos en la materia, y exploratoria

donde se realiza una ficha de descripción de componentes de los productos comunicacionales, y con técnica de revisión bibliográfica del análisis de los autores y publicaciones digitales relativos al tema. Los sujetos sociales que serán investigados son los periodistas móviles de Cuenca. Para este proceso investigativo se realizará un mapeo de quienes realizan actividades de Periodismo Móvil, su ubicación, el uso del espacio publicado en las redes sociales y la diversidad de contenidos que se diversifican en la red.

Para proceder con el trabajo se deberá investigar sólo en la ciudad de estudio, puesto que luego de hacer la revisión bibliográfica, los datos obtenidos determinan que las fuentes primarias son periodistas que vienen haciendo periodismo móvil en la ciudad y territorio nacional, más el apoyo de personajes relevantes y expertos en temas específicos.

Una vez reconocidos los periodistas móviles, se procederá a realizar entrevistas de profundidad a los peritos en Periodismo Móvil: Magister Brígida Sanmartín, editora de Cultura de Diario EL MERCURIO, actual estudiante del doctorado en Comunicación Social en la Universidad de La Habana-Cuba; y el Lcdo. Juan Andrés Calle, Periodista Móvil Community Manager, pionero en transmisiones en vivo y fundador del portal móvil Ultima Mirada, con quienes se ejecutará la cobertura de respuesta a preguntas directamente relacionadas al tema con profundidad. Las dos entrevistas en profundidad constan en anexos.

Desarrollo de Resultados.

En ésta etapa se arriba al desarrollo y respuesta al problema planteado, el análisis y diagnóstico de periodistas y medios masivos que migraron a esta nueva forma de comunicar y la huella de sus informes en la red.

Para obtener los resultados sobre el problema se elaboró la Ficha Descriptiva Digital para Periodismo Móvil, planteada en formato Excel, contiene las cualidades del registro actual de actores del Periodismo Móvil y los fundamentos periodísticos para conocer cuáles son sus generalidades y las repercusiones de estos productos comunicacionales realizados con óptica informativa que se suben a la red y son usados por los seguidores.

El tipo de sondeo es de carácter cualitativo con énfasis en el estudio de casos basado en el mapeo sobre Periodismo Móvil; por eso la consideración de la investigación será explorar y rastrear el panorama de esta expresión periodística mediante muestras pormenorizadas y detalladas en tres fechas. El estudio investiga los productos y su impacto en los públicos. Estas observaciones permitirán caracterizar y comprender el formato de las publicaciones en la red; también será correlacional entre los productos y sus repercusiones del consumo de los usuarios en la red, y al final lo que proyecten los resultados de las muestras servirán para las conclusiones finales.

El diagnóstico y análisis del estado actual del Periodismo Móvil en Cuenca aplicado en la ficha se relaciona con la hipótesis planteada, por ejemplo, el periodismo tradicional cambio al Periodismo Móvil, surgieron periodistas independientes móviles y si los productos comunicacionales ahora se consumen a través del celular inteligente.

Describir al Periodismo Móvil en Cuenca.

Caracterizar al Periodismo Móvil es presentar y describir esos atributos particulares de manera que resulte inconfundible, por eso la ficha recoge las referencias y el sondeo de las cualidades, y su vez, identifica a los protagonistas y el impacto de la noticia móvil en los consumidores. Para ello, se ha definido dos tipos de transmisión de contenidos comunicacionales:

- a) Transmisión en vivo con primicia y precisión, producción propia en lugar de los acontecimientos e inmediatez.
- b) Pre-producción con precisión informativa en lugar de los hechos, y luego reproducción del producto comunicacional.

Esta ficha revela caracteres y testimonios importantes, contiene primero una observación tanto de medios masivos móviles, así como de periodistas móviles; en un segundo momento la ficha detallada los modelos escogidos mediante ejemplos con datos y análisis de casos especializados, se encuentran dos grupos en el ejercicio del Periodismo Móvil:

- a) Los medios masivos como: Prensa, Radio y Televisión, que migraron del medio físico a digital con la página Web y actualmente en el teléfono inteligente.
- b) Periodistas Móviles Independientes, que surgen en esta nueva ola informativa por Smartphone.

La ficha es un documento de archivo digital extensión formato Excel que registra cualidades y datos del ejercicio del Periodismo Móvil, el diseño en filas y columnas está correlacionando entre noticias y búsqueda con las siguientes variables: ¿quienes realizan periodismo móvil?, ¿cómo realizan Periodismo

Móvil?, y ¿de qué forma esos productos son consumidos por los usuarios en la red?, La investigación de todas las muestras constan en los anexos adjuntos.

La forma de aplicar la ficha es cronológica narrativa, primero revelando el mapeo e identificación de medios masivos móviles/periodistas independientes móviles; para luego avanzar y realizar tres muestras en cada caso del impacto de ganancia de usuarios en la red durante noviembre de 2018.

La ficha recepta los resultados obtenidos que son datos, información, contenidos, afinidades, signos de preferencia, referentes de emociones y señales de consumo en la forma de recibir, observar, aceptar, comentar y después re-producir, de esta manera se cumple con la interactividad, propia del Periodismo Móvil.

Dentro del contexto periodístico se pueden escoger canales de comunicación como radio, diarios y televisión. Sin embargo, los canales antes citados migraron a otros soportes como Smartphone y aprovecharon las características de la multimedia. Por ello, se escogió la fan page de Facebook de algunos estos medios en la muestra.

Se toman en cuenta algunas condiciones: los medios analizados están funcionando y comunicando dentro de la ciudad objeto de estudio-Cuenca, los medios masivos tradicionales tienen seguidores, tanto en el soporte físico como en el móvil y redes sociales; los medios desarrollan información para celular por lo menos de tres a cuatro veces por semana; los medios masivos trabajan con periodistas profesionales, quienes producen noticias para redes sociales.

Caracterización-Identificación de Medios masivos a digitales y móviles.

Para este caso la ficha en cuestión se subdividió para el análisis en cuatro subgrupos: Prensa, Radio AM, Radio FM, y Televisión local. Se destaca el proceso de migración de los medios de comunicación y transformación primero al mundo digital congregado en una página web, que aglutina contenidos informativos y desde ahí enlaces con redes sociales para causar impacto en sus seguidores, la avalancha y la tendencia de los usuarios que consumen productos audiovisuales desde su celular les hizo volcar los contenidos por esta vía.

Los medios analizados fueron en la categoría Diarios: EL MERCURIO, EL TIEMPO y Diario Metro. En Medios Masivos digitales a Móviles, en amplitud modulada, están: La Voz del Tomebamba 1070 AM y Radio Splendid 1040. Mientras en los Medios Masivos Digitales a Móviles-Radio, Frecuencia Modulada, constan: Radio Cómplice 99,7, Radio Mágica 92,1, Radio Visión 106,1. Finalmente los Medios Masivos Digitales a Móviles-Televisión: ETV Telarama canal 4, Unsión Tv canal 25 UHF, Telecuenca canal 2.

Caracterización-Identificación de Periodistas Móviles.

Para este caso la ficha en cuestión abarcó un solo grupo: Periodistas Móviles Independientes. Estos profesionales surgieron con el apareamiento de la Internet y las redes sociales. El proceso de información es independiente de los medios masivos tradicionales, estos nuevos periodistas en algunos casos también pertenecen a medios masivos.

Periodistas Móviles Independientes: Red Informativa, Prensa Virtual, Incidentes Cuenca, Eco Noticias, Crónica Cuenca, Armando Suquisupa, Christian Sánchez, Iván Quezada-IQ Periodismo.

Selección sondeo-connotación en usuarios Periodismo Móvil Cuenca.

Después de caracterizados e identificados los protagonistas del Periodismo Móvil en Cuenca, el siguiente paso fue poner nuevamente en uso la Ficha Descriptiva Periodismo Móvil para registrar los datos e información sobre parámetros y cualidades periodísticas en la cobertura informativa con respecto a impactos, efectos dirigidos a incitar emociones en el consumidor de noticias para teléfono inteligente; los análisis y resultados en esta etapa demostraron que tipo de estilos prefieren.

Para los dos grupos de MMojo (Medio Masivos-Mobile Journalism) y PIMojo (Periodistas Independientes Móviles) ambos generan tendencia viral y seguidores desde sus páginas Web con enlaces a redes sociales.

Mapeo-Connotación de usuarios en Medios masivos móviles.

Se indagó sobre toda la información y cuentas móviles para redes sociales, y que plataformas digitales de comunicación se escogen para subir esas notas, se describen luego los alcances informativos que provocaron en el usuario estos productos audiovisuales. Estos pueden ser reproducidos en dos instancias: transmisiones en vivo y/o post-producción.

El mapeo e identificación de los medios masivos demostró en todos los casos la migración del medio impreso, radio estación y estación de televisión al cambio digital y luego al Periodismo Móvil. Las publicaciones son emitidas

desde su página Web, luego desde ahí se muestran los enlaces para las transmisiones en Facebook o videos postproducidos para la fan page, tienen también cuentas en Twitter, Instagram y Youtube. Se definió que los videos son los productos comunicacionales más solicitados, pues provocan en los interesados un mayor número de reproducciones, como también de adeptos.

En las muestras de los días 9, 18 y 26 de noviembre 2018 en el caso “**DIARIOS**” Los resultados denotan que los usuarios consumen videos informativos transmitidos en vivo, los casos estudiados han ganado seguidores y reproducciones con reportajes alusivos a “caos en el tránsito”, “marcha popular universitaria”, y “caudaloso y peligroso río”.

En cambio, en las “**RADIOS FM**” la preferencia fue: “desfile cívico Tres de Noviembre”, “afectados cobros indebidos en la banca”, y “noticiero Mundo en Línea”. En “**RADIOS AM**”: “pre-candidato Alcaldía de Cuenca”, “entrevista Sub-secretaría de Transporte”, y “marcha por la Universidad de Cuenca”; y finalmente en “**TELEVISION**”: “fuego consume vivienda”, “los usuarios de Internet de Etapa se quedaron sin servicio”, y “lluvias provoca inundaciones en Parroquia el Valle”.

El objeto preferido para realizar la convergencia móvil noticiosa es un celular, la calidad del vídeo en la mayoría de muestras no registran controles de buena calidad, el tiempo de duración de las capsulas noticiosas va desde los 25 segundos, pasando por el minuto. Transmisiones desde cabina y en exteriores van desde los nueve hasta 30 minutos, en algunos casos la información es presentada o narrada por un periodista, el impacto provocado en los consumidores demuestra porcentajes variados y diversos según el contexto de la noticia, estas emociones digitales varían según la nota periodística que

escogieron como favorita de acuerdo a sus intereses informativos a través de un smarthphone.

Los medios masivos que más destacan en causar emociones en sus seguidores, en la categoría Diarios son: EL MERCURIO, EL TIEMPO y al final Diario Metro. Luego en la categoría Radios FM están: Radio Cómplice, Radio Mágica y Radio Visión FM; en lo referente a Radios AM: La Voz del Tomebamba, y Radio Splendid; y en el caso de la Televisión lidera Telecuenca Canal 2, luego Unsión Tv y finalmente Et Telerama.

Mapeo-Connotación de usuarios en Periodistas Móviles Independientes.

Se investigó lo referente a la información y cuentas móviles para redes sociales de los periodistas, al igual que el tipo de plataformas digitales que escogieron para subir esas notas, se describen luego los alcances informativos que provocaron en el usuario este producto audiovisual. La preferencia de los periodistas móviles son las transmisiones en vivo y la post-producción.

El mapeo e identificación "PERIODISTAS MÓVILES INDEPENDIENTES" demuestra la creación del canal convergente móvil informativo, para el caso Red Informativa, Prensa Virtual, Incidentes Cuenca, Eco Noticias, Crónica Cuenca, Armando Suquisupa, Christian Sánchez, Iván Quezada-IQ Periodismo: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones emitidas desde la fan page de Facebook o vídeos postproducidos, tienen también cuentas en Twitter, Instagram y Youtube. Se define que los videos son los productos comunicacionales más solicitados, pues recogen en los interesados más reproducciones y adeptos.

Los resultados de las tomas de las muestras subidas a la red denota que los usuarios consumen videos informativos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en la mayoría de casos estudiados estos han ganado cantidades de seguidores y reproducciones con reportajes alusivos a “requisa a turistas franceses en el sector del Cajas”, “pareja de venezolanos y su hija menor buscan una oportunidad”, “cada bus urbano en Cuenca será conducido por dos conductores...”, estos hechos ocurren y son reportados desde el celular. Algunos tienen más 80 000 reproducciones.

Los Periodistas Móviles que más destacan en causar emociones en sus seguidores son: Red Informativa, Prensa Virtual e Iván Quezada. El objeto preferido para realizar la convergencia móvil noticiosa es un celular y cámara de vídeo, la calidad del vídeo en la mayoría de muestras registran controles de buena a baja calidad, el tiempo de duración de las capsulas noticiosas va desde el 1 minuto con 9 segundos, 1 minuto 15 segundos, hasta 3 minutos y 52 segundos, en algunos casos la información es presentada o interviene en la narración de los hechos un periodista, al final el impacto provocado en los consumidores demuestra porcentajes variados y diversos según el contexto de la noticia, estas emociones digitales se modifican según la información que escogieron como favorita de acuerdo a sus intereses informativos a través de un smarthphone.

Aplicaciones Smartphone-Periodismo Móvil.

Es importante que el periodista este en persistente formación para aprovechar las aplicaciones tecnológicas actualizadas tanto en audio, texto y video. aplicadas para dispositivos inteligentes disponibles para dos grandes plataformas de convergencia como Android (ej.: Samsung Galaxy Note 9), e

IOs (ej.: Iphone XZ), así el informador desempeña con precisión y rapidez el ejercicio periodístico desde su celular inteligente.

Iphone de alta gama los cuales brindan las mejores prestaciones en usabilidad, conectividad, y aplicaciones para edición de texto audio y video, hay que destacar ciertas diferencias con Android, para que usted escoja cual se acomoda a su estilo periodístico y presupuesto, más detalles en anexos.

Conclusiones.

Se puede concluir que el uso del Periodismo Móvil de noticias en Cuenca se lleva a cabo desde hace ocho años, esto se debe al auge y consumo de notas y reportajes subidos a la Internet y redes sociales, la convergencia hiper-multimedia propone beneficios para los periodistas e interesados en el uso del Smartphone, es lo que más llama la atención.

Está demostrado que el Periodismo Móvil funciona mediante la conectividad a la red y luego a Internet, para lograr seguidores es necesario también crear una página, blog, perfil de Facebook, Twitter e Instagram todo se administra a un solo clic desde un Smartphone, el periodista está en conexión a datos mediante cualquier operadora del mercado, el fin es llegar a realizar videos para transmisiones en vivo o luego post-producidas.

Después del diagnóstico se concluye que el Periodista Móvil realiza ediciones desde el celular para producciones audiovisuales que se consumen a través de la red social más activa el Facebook live, Facebook fan page, perfil personal Facebook, luego Twitter e Instagram.

Se caracteriza que los periodistas y medios masivos-móviles usan las redes sociales para ganar un mayor número de recepción en seguidores virtuales, la intención es captar reproducciones, provocar "me gusta" y me encanta, se intenta producir comentarios y respuestas en tiempo real, el periodista mientras transmite o reproduce los videos puede revisar y controlar todas las reacciones en los consumidores mediante un Facebook analíticos.

El periodista móvil es el único encargado de producir, reproducir, difundir y compartir noticias de manera calificada en las redes sociales, el producto comunicacional requiere una estructura profesional bajo cualquier género periodístico sin olvidar la verificación y contrastación de fuentes. En su ejercicio profesional debe primar las normas éticas como el respeto a la verdad e informar siempre con sano criterio para que toda actitud comunicacional sea en servicio de la comunidad.

Las informaciones de preferencia son las referentes a la crónica roja y sucesos de impacto de incidentes en la ciudad, estas notas se vuelven tendencia y encabezan las preferencias.

Se identifica que hay dos sistemas para realizar convergencia móvil para Smartphone en dispositivos inteligentes diseñados para dos plataformas de trabajo IOs y Android, en general trabajan primero con aplicaciones nativas del dispositivo y después se refuerzan con aplicaciones gratuitas o de pago con tarjeta de crédito.

Se concluye que las aplicaciones preferidas para Periodismo Móvil son: edición de texto, audio, video, foto; para compartir información las preferidas están WhatsApp, Pocket Reporter, Polaris Office, Story Friend, Bridge, Wickr, Audio Recorder, Call Recorder, Auphonic Edit, Skype, Polaris, Office, Text Editor, Videona, Filmicpro, Stream Live, Periscope, para periodistas móviles.

El nuevo periodismo ha llevado a la ubicuidad tanto del usuario, así como del periodista móvil. El buen periodismo móvil se produce con el uso adecuado de tecnología más el soporte del Smartphone, a esto se suma la primicia y la

precisión en la noticia, “estamos conectados con todos y en cualquier lugar donde exista un Smartphone”.

El Periodismo Móvil permite la aparición de dos puntos claves en la información y comunicación actual desde un Smartphone, las transmisiones en vivo y las pre-post reproducciones de productos comunicacionales informativos en video.

En esencia los medios masivos tradicionales mutan tecnológicamente hacia el periodismo digital en primera instancia y ahora hacia el periodismo móvil quienes toman la iniciativa son emisoras en Amplitud Modulada, seguido por la prensa escrita, luego se suman la televisión Telecuenca HD-2TV, Unión Tv y ETV Telerama.

Surge la aparición de nuevos periodistas móviles independientes, totalmente autónomos de los medios masivos habituales, lo cual promueve una nueva cultura de emprendimiento laboral dentro del periodismo tradicional, el actual periodista móvil ya no depende de un jefe de noticias o redacción, él es protagonista de la producción, reproducción, futuro éxito y comercialización de sus propios productos comunicacionales en vídeo.

Es necesario recalcar que persiste una confusión para el consumo de los productos comunicacionales, la divergencia está entre el ciudadano con herramientas móviles y el periodista móvil, los especialistas insisten que el ciudadano móvil es un aporte, pero no tiene sustento en el Periodismo porque siempre será empírico.

Los autores señalan que el Periodismo tiene como elementos mínimos la verificación y el contrastar la información. Al igual que la aplicación de los géneros periodísticos con el fin de brindar credibilidad ante los públicos. Estos parámetros no pueden ser ajenos al Periodismo Móvil, muy por el contrario, son indispensables para garantizar una buena comunicación. De ahí la pregunta: ¿precisión o primicia? Los autores recomiendan como acertada la primera opción, porque la misma diferencia al ciudadano móvil del Periodista Móvil. Pues la primicia, aunque no siempre, existe el riesgo de emitir un mensaje sin análisis y fundamentos.

La cobertura en transmisiones móviles deberá caracterizarse por el tema ético, como sustento indispensable para el desarrollo armónico de la comunicación. Además, una buena transmisión requiere algunas características como: producto comunicacional, posicionamiento, precisión, primicia y publicidad multiplicada por el poder de la ubicuidad. En síntesis, se puede aplicar la fórmula "5 P X U"

Bibliografía.

Aguado, J. M. (2014). *Innovar cuando todo cambia. El valor disruptivo de la tecnología móvil en la industria de la información*. Murcia, España.

Andueza, M. &. (2014). *El móvil como herramienta para el perfil del nuevo periodista*. Madrid, España.

Barbosa, M. &. (2012). *El IDI y el EES*. Madrid, España: Visión Libros.

Bowman, S. &. (2003). *We Media*. Stanford, California, USA: The Media Center at The American Press Institute.

Canavilhas, J. (2013). *Modelos informativos para aparatos móviles*. Portugal.

Censos, I. N. (15 de Enero de 2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación*. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

Cifuentes, R. (10 de Octubre de 2013). *Diario el Norte, Diario Regional Independiente*. Obtenido de www.elnorte.ec:
<http://www.elnorte.ec/tendencias/christian-espinoza-el-hombre-le-hace-inteligente-a-un-telefono-audio-EWEN42699>

Ciudadano, E. (14 de septiembre de 2017). *el ciudadano sistema de información oficial*. Obtenido de www.elciudadano.gob.ec:
<http://www.elciudadano.gob.ec/en-ecuador-las-mujeres-son-quienes-mas-usan-telefonos-inteligentes/>

CORDICOM. (08 de Enero de 2015). *CONSEJO DE REGULACION Y DESARROLLO DE LA COMUNICACION*. Obtenido de www.cordicom.gob.ec: <http://www.cordicom.gob.ec/retos-y-tendencias-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-2015/>

- Del Alcazar Ponce, J. P. (22 de 02 de 2017). *usuarios de internet y redes sociales Ecuador Julio 2017*. Obtenido de blog.formaciongerencial.com:
<http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- Espitirusanto, O. (2011). *Periodismo Ciudadano Evolución Positiva de la Comunicación*. Madrid: Ariel.
- Flores Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar* 33, XVII, 77-83.
- Información, M. d. (10 de octubre de 2017). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información* . Obtenido de www.telecomunicaciones.gob.ec:
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/telefonía-ecuador-tiene-mas-de-14-millones-de-abonados-al-servicio-movil-avanzado/>
- Irigaray, F. &. (2011). *Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: convergencias redes y móviles*. Rosario, Argentina: Laborde libros Editor.
- Irigaray, F. (2015). *Reflexiones Móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Moran, S. (31 de Agosto de 2015). *www.fundamedios.org*. Obtenido de Fundamedios expresión de libertad: <http://www.fundamedios.org/el-auge-de-los-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- Parra, D. (2008). *Textual, & Visual Media 2*. Madrid, España: Biblioteca Nueva. Obtenido de http://textualvisualmedia.com/images/revistas/02/14_parra.pdf
- Peralta, P. (2017). *Nuevas Narrativas del Periodismo Móvil*. Quito, Ecuador: Tesis.

periodismo, C. d. (05 de Octubre de 2013). *Clases de periodismo.com*.

Obtenido de www.clasesdeperiodismo.com:

<http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/10/05/35-excelentes-herramientas-para-un-periodista-digital/>

Rodríguez, A. S. (2013). *Los retos del periodismo en la era de la movilidad*.

Zaragoza, España: Asociación de Periodistas de Aragón.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la*

comunicación digital interactiva. Barcelona, España: Gedisa.

Telecomunicaciones, A. d. (08 de Agosto de 2017). *Agencia de Regulación y*

Control de las Telecomunicaciones. Obtenido de www.arcotel.gob.ec:

<http://www.arcotel.gob.ec/464-de-usuarios-del-servicio-movil-avanzado-poseen-un-smartphone/>

Varela, J. (2011). *Periodismo mutante*. Madrid: Telos.

www.ujaen.es. (09 de Mayo de 2013). <http://www.ujaen.es/>. Obtenido de

http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/:

http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/analisis.pdf

Anexos.

Ejemplo y análisis escogido Muestras 09 de noviembre 2018 “DIARIO EL MERCURIO”:

Género Periodístico: Reportaje-Sucesos; informativo, opinión, interpretativo: crónica, sucesos, reportajes móviles. -A 166648 personas les gusta esto, a 167977 personas siguen esto.

Muestra Noticia, URL video fan page Facebook: <https://www.facebook.com/diarioelmercurio/videos/185464255716477/> Titular: Caos en el tránsito/ LEAD: Se tapa y se destapa.

Fecha subida red-Muestra: lunes 29 de octubre 2018, 13h10 Transmisión en vivo formato, locación: Avenida de las Américas sector Supermaxi. Día de la Toma de Muestra: día toma de muestra: 20 de noviembre 2018.

Reproducciones red: 47000 reproducciones al 20 de noviembre 2018, Objeto de convergencia; celular inteligente, reportaje periodista Andrés Guillermo, publicaciones, videos, emisión en vivo, Cierre Ficha: 29 de noviembre, alcanza 48132 reproducciones, 1132 seguidores en 9 días.

Reacciones consumidores: impactos en usuario, Todos 1122, 262 me gusta, 253 me enoja, 607 me asombra, Producto Audiovisual red: duración al aire 16 minutos 45 segundos tiempo subida; Calidad Producto subida a la red: Automática 240 p.

Compartidos y Comentarios en la red: 347 veces compartidos, 447 comentarios, reportaje realizado de toma continua celular.

Ejemplo y análisis escogido Muestras 09 de noviembre 2018 “RADIO CÓMPLICE”:

Género Periodístico: Reportaje-Sucesos; informativo, opinión, interpretativo: crónica, sucesos, reportajes móviles. - A 14633 personas les gusta esto, a 14919 personas siguen esto.

Muestra Noticia, URL video fan page Facebook: <https://www.facebook.com/complicefm/videos/vb.103709416343092/281409559166498/?type=2&theater>, LEAD: Inicia el desfile Cívico- Militar en la avenida Huayna Cápac. Varias instituciones participan de este evento.

Fecha subida red-Muestra: sábado 03 de noviembre 2018, Hora: 10h06, Transmisión en vivo formato, locación: Avenida Huayna Cápac sector San Blas. Día de la Toma de Muestra: 09 de noviembre 2018.

Reproducciones red: 9500 reproducciones al 20 de noviembre 2018, Objeto de convergencia; celular inteligente, reportaje periodista Andrés Campoverde, publicaciones, videos, emisión en vivo, Cierre Ficha: 29 de noviembre, alcanza 9613 reproducciones, 1132 seguidores en 6 días.

Reacciones consumidoras: impactos en usuario, Todos 160, 66 me gusta, 09 me encanta, 85 me divierte, Producto Audiovisual red: duración al aire 32 minutos 05 segundos tiempo subida; Calidad Producto subida a la red: Automática 240 p.

Compartidos y Comentarios en la red: 65 veces compartidos, 72 comentarios, 07 en tiempo real, reportaje realizado de toma continua celular.

Ejemplo y análisis escogido Muestras 18 de noviembre 2018 “RADIO LA VOZ DEL TOMBAMBA 1070 AM”:

Género Periodístico: Reportaje-Sucesos; informativo, opinión, interpretativo: crónica, sucesos, reportajes móviles. - A 196783 personas les gusta esto, a 205326 personas siguen esto.

Muestra Noticia, URL video fan page Facebook: <https://www.facebook.com/rtombamba/videos/330333984214699/>, LEAD: Arq. Mónica Quezada, Subsecretaria del Ministerio de Transporte y Rogelio Reyes, alcalde de Pucara.

Fecha subida red-Muestra: lunes 12 de noviembre 2018, Hora: 08h30, Transmisión en vivo formato, locación: cabina de Radio, Día de la Toma de Muestra: 18 de noviembre 2018.

Reproducciones red: 9900 reproducciones al 20 de noviembre 2018, Objeto de convergencia; cámara en estudios, Reportaje periodista Jorge Piedra, publicaciones, videos, emisión en vivo, Cierre Ficha: 29 de noviembre, alcanza 11486 reproducciones, 1586 seguidores en 17 días.

Reacciones consumidores: impactos en usuario, Todos 138, 112 me gusta, 16 me encanta, 05 me da risa, 03 me enoja, 01 me asombra, 01 me entristece, Producto Audiovisual red: duración al aire 21 minutos 32 segundos tiempo subida; Calidad Producto subida a la red: Automática 360 p.

Compartidos y Comentarios en la red: 42 veces compartidos, 71 comentarios, reportaje realizado de toma continua con cámara en cabina de radio.

Ejemplo y análisis escogido Muestras 26 de noviembre 2018 “TELECUENCA CANAL 2”:

Género Periodístico: Reportaje-Sucesos; informativo, opinión, interpretativo: crónica, sucesos, reportajes móviles. - A 16616 personas les gusta esto, a 17397 personas siguen esto.

Muestra Noticia, URL video fan page Facebook: <https://www.facebook.com/telecuencaTV/videos/284456195609795/>, LEAD: fuego consume una vivienda en la Avenida Ricardo Muñoz y Alfonso Moreno Mora.

Fecha subida red-Muestra: jueves 15 de noviembre 2018, Hora: 18h05, Transmisión formato post-producción, locación: lugar de los hechos, Día de la Toma de Muestra: 26 de noviembre 2018.

Reproducciones red: 9800 reproducciones al 26 de noviembre 2018, Objeto de convergencia; video-cámara, post-producción, Reportaje periodista Nathaly Arteaga, publicaciones, videos, emisión en vivo, Cierre Ficha: 29 de noviembre, alcanza 11454 reproducciones, 1654 seguidores en 14 días.

Reacciones consumidores: impactos en usuario, Todos 39, 18 me gusta, 16 me asombra, Producto Audiovisual red: duración al aire 02 minutos tiempo subida; Calidad Producto subida a la red: Automática 720 Ph.D.

Compartidos y Comentarios en la red: 02 veces compartidos, 01 comentarios, reportaje realizado de toma continua con cámara en lugar de los acontecimientos.

Ejemplo y análisis escogido Muestras 18 de noviembre 2018 “IVÁN QUEZADA”:

Género Periodístico: Reportaje-Sucesos; informativo, opinión, interpretativo: crónica, sucesos, reportajes móviles. - A 4059 personas les gusta esto, a 4150 personas siguen esto.

Muestra Noticia, URL video fan page Facebook: <https://www.facebook.com/IQperiodismo/videos/716235462068429/>, LEAD: Requisa a turistas franceses en el sector de El Cajas, entrada a #Cuenca, Acaso no hay un protocolo para unidades de turismo? Ecuador Trávelin - Viajes y Turismo en Ecuador, Municipio Cuenca, Visita Cuenca Ecuador, Video: Diego Puma.

Fecha subida red-Muestra: sábado 17 de noviembre 2018, Hora: 12h58, Transmisión formato post-producción, locación: lugar de los hechos, Día de la Toma de Muestra: 20 de noviembre 2018.

Reproducciones red: 70000 reproducciones al 26 de noviembre 2018, Objeto de convergencia; celular, video compartido, Reportaje periodista Iván Quezada, publicaciones, videos, emisión en vivo, Cierre Ficha: 29 de noviembre, alcanza 82000 reproducciones, 12000 seguidores en 12 días.

Reacciones consumidores: impactos en usuario, Todos 270, 125 me enoja, 83 me gusta, 39 me divierte, 22 me asombra, 01 me encanta; Producto Audiovisual red: duración al aire 01 minutos 15 segundos tiempo subida; Calidad Producto subida a la red: Automática 240 P.

Compartidos y Comentarios en la red: 894 veces compartidos, 307 comentarios, reportaje sucesos-realizado de toma continua con celular en lugar de los acontecimientos.

Recomendaciones entre Android e IOs:

Plataforma cerrada versus Plataforma abierta: es obvio y concreto para escoger un móvil, en un bando está Android plataforma abierta, es decir se puede hallar en celulares de distintos fabricantes y cuenta con muchos compradores en el planeta. Mientras por otro lado se encuentra iOS, cuyo sistema operativo es especial y único para móviles Apple por ese hecho también cuenta con bastantes seguidores.

Notificaciones, interfaz y ecosistema: cada vez se lanzan al mercado más Android nougat por ejemplo aquí las cosas cambian en notificaciones porque se agrupan, con vista previa y gestiones simples sin necesidad de acceder con aplicación alguna, para el caso de iOS 9.3.1 hay cualidades interesantes en notas protegidas por ID Touch, sistema exclusivo con la clave de la huella digital del dedo del propietario, además participaciones push y aplicaciones nativas que sirven sólo para Iphone.

Formas de Operar: Aunque Android Nougat contiene una particularidad multi ventana para usar 2 aplicaciones con pantalla dividida, Samsung creó la multi-ventana relacionada para dispositivos Android, también posee de forma nativa el Soporte para realidad virtual apto para celulares Galaxy S6 y S7 y ahora para todos los celulares, mientras que en el otro bando IOs funciona con Doze y el iOS 9.3.1 iOS 9.3.5 desde el 25 de agosto de 2016 Apple proyectó esta nueva versión, con esto se soluciona tres importantes default de seguridad, donde empresas vigilaban a explícitos usuarios.

Aplicaciones Smartphone /escribir, editar, texto:

Polaris Office para IOs permite ver, editar, compartir, registrar y también archivar cualquier documento, con esto se transforma todo a forma PDF, el aporte de este recurso agrega comentarios y apartar memorándums como en papel cuando se vincula por ejemplo con un Apple Pencil original primera generación para Iphone e Ipad.

Aplicaciones Smartphone /grabar, editar, audio:

Audio Recorder de fácil grabación y reproducción en audio, trabaja con micrófono estéreo STM10 así obtiene gran calidad de audio para grabar entrevistas ideales para Android.

WavePad Free Audio Editor, aplicación gratuita de sonido que recoge grabaciones y adiciona efectos para mejorar la calidad, los archivos se editan con herramientas de corte, copia, pegar e insertar distintos tracs de audio agrupados.

Hokusai es la aplicación de grabar voz que contiene especialidades para ediciones profesionales, conjuntamente introduce clips de otras aplicaciones, es muy versátil y es solo disponible para IOs.

Android Audio Editor, exclusiva de Android excelente herramienta multifunciones para solucionar y transformar archivos de audio.

Auphonic Edit se visualiza la onda con demandas y traslados completa de los archivos de audio, además copia y pega entre sesiones los tracs y restaura los materiales de corte, es gratuita y mantiene al usuario activo con adquisición de mejoras cada tiempo, esta disponible para las dos plataformas.

El Smart Voice Recorder graba con alta calidad y función para audio, disponible para Android.

All Audio Record Studio: Music, sound, call, recorder lite aplicación propia para grabar cualquier llamada al celular y elegir cual desea archivar, escuchar editar el audio también sumar notas y luego compartirlas.

Aplicaciones Smartphone /grabar, editar, transmitir, video:

Para grabar en video se debe tomar en cuenta algo importante, que cada celular inteligente tiene prestaciones innatas para publicar y comunicar los videos, se debe recordar algo, si bien la propia cámara del dispositivo ya garantiza la grabación en video porque goza de resoluciones llegando hasta 4k la máxima resolución tipo cine, entonces si bien poseen este adelanto en la grabación es necesario sumar una aplicación de pago que están en la red para

Android e IOs, así se refuerzan los contenidos de la grabación con calidad aumentada compitiendo con otras cámaras profesionales portables para video en Tv por ejemplo.

Filmic Pro para iPhone es la aplicación para video más utilizada por los periodistas móviles, con esta app de pago con tarjeta de crédito controla resolución con zoom versátil, la amplia diversidad de registros para mutar y adaptarse en plena grabación y al momento, lo mas importante se logra cuando luego en la edición de video ulterior al grabado se pueden compensar acciones como exposición, contraste, saturación, tinte y temperatura de color a todo el video.

KineMaster – Editor Video Pro para PC, permite sumar capas de video al proyecto, de ese modo hay efectos reales en pantalla dividida y de imagen sobre imagen ósea capas de trabajo, vista instantánea y al instante, más control en velocidad y exposición para videoclips, como sonido en fade in y fade out, y demás efectos con transiciones, barridos, y fundidos.

Para transmitir video en directo: se recurre a la red social más famosa y compartida en reproducciones es Facebook, ofrece variables como el Facebook Live herramienta útil y lista para los profesionales del periodismo móvil, también existen otros recursos es Stre.am – Stream Live Video donde, además de transmitir en vivo, se puede ir grabando otro material a la vez que se realiza tal transmisión, existe por ejemplo Periscope cuya propiedad es de Twitter.

Entrevistas a Profundidad con expertos Periodismo Móvil, según perspectiva cuencana.

Dentro del avance para esta tesis y luego de haber realizado el diagnóstico con ficha descriptiva de los periodistas y medios masivos-digitales ahora todos móviles, nos encontramos en la tarea de realizar entrevistas a profundidad con expertos en el tema, a todos ellos se les realizaron las mismas preguntas relacionadas con los objetivos en esta tesis, cada uno responde como expertos en Periodismo Móvil.

Los entrevistados fueron: la Magister Brígida Sanmartín García estudiante del doctorado en Comunicación Social en la Universidad de La Habana-Cuba, periodista y editora de Cultura de Diario EL MERCURIO de Cuenca y el Lcdo. Juan Andrés Calle, Periodista Móvil Community Manager pionero en transmisiones en vivo y fundador del portal móvil Ultima Mirada.

La formulación de las preguntas fueron las siguientes y están en forma directa relacionadas con los objetivos y resultados obtenidos mediante la ficha descriptiva a periodistas independientes y medios masivos digitales móviles, a continuación, la transcripción textual de las mismas:

- 1.- Caracterice y defina al Periodismo Móvil en Cuenca, sabiendo que hay dos grupos encontrados en el fenómeno de estudio:
 - a) El de medios masivos que han migrado al mundo digital y ahora móvil,
 - b) A los nuevos periodistas móviles independientes
- 2.- ¿Con que objetos y como se realiza el Periodismo Móvil en Cuenca, ¿cuáles son las tendencias, aplicaciones, y dispositivos más afines a la profesión del Periodista Móvil?
- 3.-Cuál es la connotación y reacción en los usuarios sobre los productos comunicacionales que se suben y comparten en las redes sociales por ejemplo Facebook, como estas transmisiones en vivo o pre-producidas llegan a

convertirse en tendencias para reproducciones y comentarios en consumidores, que quiere consumir el público de las redes en términos periodísticos?

4.- Consejos del experto dentro del plano periodístico tanto para: a) medios masivos que han migrado al mundo digital y ahora móvil, y b) los nuevos periodistas móviles independientes.

Entrevista a profundidad Lcdo. Juan Andrés Calle:

Pregunta 1.- (respuesta): Los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Cuenca han migrado a plataformas digitales y avanzan a buen paso, algunos se adelantan ya que han creado aplicaciones para dispositivos móviles, principalmente radios como Tomebamba 1070 AM, Splendid 1040 AM, ya tienen su app en iOS y Androide.

Otros medios se han quedado en la Web sin un diseño o adaptación móvil, hablamos de una página Web, (la red social ya tiene sus diseños adaptables a todas las plataformas). Los usuarios de dispositivos móviles se convierten en periodistas de la calle, informan en el instante que se da un hecho por ejemplo un accidente de tránsito; ante esto los medios digitales deben dar espacio al usuario no solo con la opinión o comentario.

Pregunta 2.- (respuesta): Arrancamos por el móvil pionero a nivel mundial para coberturas de prensa: Iphone con aplicaciones de pago para grabar video: Filmic Pro, en fotografía profesional: Pro Cam, la edición de video: Luma Fusion, aquí llega una aplicación gratuita para la edición y grabación de audio: Voice Record.

Por tema de costos y más económico muchos periodistas realizan coberturas ya sea en audio o video con la plataforma de Androide (Samsung, Sony, Huawei). La rivalidad entre grandes empresas siempre va a ver, pero por experiencia en coberturas móviles siempre he optado por Iphone.

Lo ideal para una cobertura móvil es mantener y garantizar una calidad de audio en el tema de video y en la fotografía iluminar los lugares oscuros.

Además, el tener accesorios extras como un micrófono, luz, batería extra, trípode, permitirán tener un material de primera, con la principal idea de que este material se usado para Televisión. La BBC esta cadena internacional tiene espacio para el Periodismo Móvil, en su sitio web se puede capacitar y oponer tutoriales con tutoriales para mejorar nuestras coberturas.

Pregunta 3.- (respuesta): La palabra exacta es la inmediatez, la velocidad con la que se consume la información sea en vivo o pregrabado se debe al acceso al internet, un buen proveedor permite estar conectado más tiempo y compartir información o ejecutar transmisiones en vivo ya sea desde un móvil o desde un estudio para las redes sociales. Los eventos en vivo son lo que más consumen los usuarios, los temas son variados en nuestra ciudad se ve la cobertura de partidos de futbol para Facebook con grandes alcances y un sin número de comentarios.

Pregunta 4.- (respuesta): Los medios que ya están en el mundo digital deben adaptar sus contenidos para plataformas móviles, recordar que más del 80 % de usuarios en el país revisan la información a través de un dispositivo móvil. El crear una app es el primer paso para un medio de comunicación o empresa, la clave también esta en el diseño web, mismo que debe adaptase a toda plataforma (Pc, Mac, Tabletas, Móviles).

A los nuevos periodistas que incursionan al tema móvil, la principal recomendación, por no decir obligatorio es garantizar la calidad de trabajo tanto en imagen como en audio para la Internet, para esto empezar por aplicaciones que permitan explorar al máximo su creatividad; empezar por las gratuitas para luego dar el paso a las aplicaciones de pago. En la red se puede encontrar muchos trabajos realizados desde un dispositivo móvil por ejemplo (High Flying Bird) película que se estrenara este año en Netflix realizado totalmente con un Iphone.

Entrevista a profundidad Lcda. Dra. Brígida Sanmartín:

Pregunta 1.- (respuesta): Dividamos la respuesta en tres partes:

No se podría hablar de un periodismo estático. Desde el escritorio no se hace periodismo, se recogen versiones que no es lo mismo. Moverse, buscar el hecho, presenciar el hecho, es indispensable en esta profesión, de lo contrario no es periodista o no hace periodismo.

Al conceptualizar Periodismo Móvil referimos a la emisión de información por dispositivos móviles que posibilitan: transmisión en tiempo real, inmediatez con un poco más de oportunidad, y, establecer una relación con los usuarios. En este sentido, la mayoría de los medios de comunicación masiva de la ciudad no se quedaron tan solo con los sistemas analógicos; si revisamos, vemos que radioemisoras como Tomebamba, Ondas Azuayas, Cómplice, la misma Radio Pública hacen de las cuentas de redes sociales las plataformas para aplicar el Periodismo Móvil. Transmisión a través de Facebook Live; emisión de información por Twitter; compartir imágenes por Instagram. Incluso, hay medios que tienen aplicaciones que se convierten en espacios de microbloggin.

Diría que la era digital es la era de periodistas móviles. Pero que no se confunda al Periodismo Móvil como la transmisión de textos cortos apoyados con fotografías, videos y audios y pensar que eso es periodismo y periodistas. Y digo esto porque he visto que, en el afán de ser primeros, exclusivos, lograr seguidores, emiten informaciones flash sin un contexto determinado, sin un orden sintáctico; y con una buena dosis de sensación. Entonces urge ahí la disyuntiva entre Periodismo Móvil inmediato, sin comprobar los datos emitidos por los usuarios de redes; o Periodismo Móvil desde una transmisión con datos certeros y bien estructurados.

Pregunta 2.- (respuesta): dividamos las respuestas:

a) El objeto que llega a ser la herramienta para el Periodismo Móvil, sin duda el teléfono o tableta.

b) Cómo se realiza el periodismo móvil. - La posibilidad de captar audios, fotografías, videos, escribir texto, e incluso de conectarnos con la red a través del aparato, hace del Periodista reportero un sujeto decodificador de los hechos, autor de información y emisor de datos. A la vez he visto cómo a través del Twitter trabajan con enlaces a otras páginas, especialmente los espacios deportivos de los diarios impresos.

c) Las aplicaciones, no conozco; las tendencias de narrativas: pirámide invertida, lo más importante hacia arriba, además transmisión en tiempo real, videos en Twitter. Dispositivos: teléfonos celulares Android, IOs. Equipos de gamas altas que permiten fotos de alta resolución; capacidad para edición de videos, y micrófonos de buena captación de audios y ambientes.

Pregunta 3.- (respuesta): nueva división.

a) La primera connotación en los usuarios es la sensación. Las redes son la mejor plataforma que hacen de la información un espectáculo. El usuario reacciona desde la emotividad, desde la conmoción y sus respuestas partirán desde el instinto, desde lo que ve, escucha, desde la reacción de otros; he ahí el riesgo de transmitir información no contextualizada.

b) Las reacciones son un motivo de análisis profundo: ¿quienes opinan?, los Periodistas no podemos conocer a todos, allí están voces de eruditos, críticos, locos, resentidos. Facebook es un paredón de fusilamiento verbal, virtual; todos tienen voz, pero muchas voces responden a intereses políticos, sociales, religiosos, económicos. Ahí viene lo que dice Cebrián Herreros, hay que tener la virtud y capacidad de involucrarlos e incorporarlos en el proceso noticioso para que enriquezcan la información, pues las reacciones son de palabra o emoción, que es el que comanda la forma de reacción del público.

c) A mayor sensación, más adeptos. Las transmisiones de fútbol, las grescas callejeras, los asesinatos filmados por cobardes que en vez de auxiliar filman

como el asesinato de Diana Carolina en Ibarra hecho macabro transmitido en vivo, son las más comentadas, porque las redes son eso, plataformas gustativas más que reflexiva aquí y en todas partes. Las reproducciones, los like, son indicativos de expectación, pero no de reflexión, son herramientas de mercado, la tendencia vende, pero no soluciona problemáticas. El Periodismo tiene razones más profundas de ser como el orientar la verdadera opinión no la sensación. Ahora bien, en el sistema móvil se puede compartir información más no noticias. La noticia es una estructura lingüística, sintáctica, semántica. La audiencia, público, usuario es un co-creador pero no un periodista, y he visto que los periodistas móviles de la ciudad lo tienen claro, ellos hacen prevalecer su condición de periodistas procesan los datos.

Pregunta cuatro (respuesta):

a) Si no queremos morir hay que ser versátiles en el manejo de la información y de la tecnología. Los medios convencionales tienen que prevalecer en sus soportes a sabiendas que el uso de las tecnologías transforma las formas de hacer periodismo por el alcance, la participación de los públicos, pero no pierden su esencia de orientación, educación, con información contrastada, verificada, y haciendo de las redes y medios móviles canales de mayor alcance.

b) Las tecnologías están para el servicio de la humanidad, como lo está la información. La exclusiva y la primicia son del pasado, el reto del Periodismo Móvil o convencional no es la inmediatez sino mantener una alta credibilidad y ética profesional, para eso hay que trabajar en la perspicacia para eliminar de este mapa las fakenews.

c) No porque manejo redes y dispositivos móviles soy Periodista Móvil. Cualidades como investigación, contextualización, contrastación, observación, son bases para un buen periodismo, más aún en el Móvil en el cual, lo fugaz del mensaje le da la característica de perecedero, líquido. De trascendencia momentánea, no histórica

Fichas Descriptivas.

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS-PRENSA-RADIO-TV: IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO MASIVO-DIGITAL-MÓVIL, MUESTRA MESES OCTUBRE
NOVIEMBRE 2018.**

A) PRENSA-DIARIOS CUENCA

PRENSA, DIRECTORIO DE MEDIOS SUPERCOM:	MUESTRA: FAN PAGE FACEBOOK, SEGUIDORES.	MUESTRA TWITTER /INSTAGRAM, SEGUIDORES.	PAGINA WEB, ENLACES INFORMATIVOS, GOOGLE MAS	EMAIL, WHATSAPP, DIRECCIÓN CASILLA POSTA, MSN	YOU TUBE, VIMEO, BLOG, ETC.	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
<p>1) EL MERCURIO / 4111-786, El Mercurio - Cuenca, D: Av. de las Américas y Francisco Ascáubi Km. 4, sector El Arenal, T: (07) 4095684 / 4111786, F: (07) 4095685, W: www.elmercurio.com.ec, E:redaccion1@elmercurio.com.ec / info@ecuonline.com T: @mercurioec Localidad: Azuay Located in: Prensa</p> 	<p>https://www.facebook.com/diarioelmercurio/ A 166.970 personas les gusta esto, 168.309 personas siguen esto, Diario El Mercurio, https://www.facebook.com/pg/diarioelmercurio/videos/?ref=page_internal</p>	<p>https://twitter.com/mercurioec, 289.000 TWEETS, 10500 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 529, 193.000 SEGUIDORES, 38500 ME GUSTA, LISTAS 2, SE UNIO JULIO 2009, TRANSMISIONES EN VIVO PERISCOPE:12, SEGUIDORES 394, https://www.pscp.tv/w/1jMKgOzDWBakl https://www.instagram.com/el_mercurioec/ 7930 PUBLICACIONES, 2520 SEGUIDORES, 76 SEGUIDOS.</p>	<p>https://ww2.elmercurio.com.ec/ Inicio, Cuenca, Deportes, Región, País, Mundo, Entrenimiento, Opinión, Negocios, Defunciones, Clasificados, SECCIONES: SECCIONES, Azuay, Cuenca, Cultura, Sucesos, Deportes, Farándula, Mundo, Nacionales, Negocios, GOOGLE MAS: https://plus.google.com/114087689518514536047, ISSUU: https://issuu.com/elmercurioec PUBLICACIONES 2485, SEGUIDORES 174</p>	<p>redaccion1@elmercurio.com.ec, Whatsapp: 097 980 5229, Diario El Mercurio Cuenca - Ecuador. Fax: (593) 7 4111791 Av. Las Américas (Sector El Arenal) Casilla: 60.</p>	<p>https://www.youtube.com/user/videoselmercurio 814 SUSCRIPTORES, VIDEOS YOU TUBE: https://www.youtube.com/watch?v=x3u7d6Y_MIU, FECHA: 10 NOVIEMBRE 887 VISTAS, 13 ME COMENTARIOS, TITULAR: Luego de ser electa como reina de Cuenca 2018-2019, el pasado 31 de octubre, hoy Cristina Ortega detalla cómo fue trayecto hasta antes de aquella del evento y de verse hoy como la actual reina de la ciudad, RADIO ONLINE: http://www.radios.com.ec/mercurio-cuenca/</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "DIARIOS" demuestra la migración del medio impreso a digital para luego ser convergente móvil, para el caso DIARIO EL MERCURIO: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram y Youtube.</p>

<p>2) EL TIEMPO/ (07) 410-4840, El Tiempo - Azuay D: Av. Loja y Rodrigo de Triana T: (07) 4104840 /4104841 / 4104842 F: (07) 4104844 W: www.eltiempo.com.ec E: eltiempocuencaweb@gmail.com T: @eltiempocuencia</p>	<p>https://www.facebook.com/eltiempocuencia https://www.facebook.com/pg/eltiempocuencia/videos/?ref=page_internal_A 182352 personas les gusta esto, 181996 personas siguen esto, Inicio Publicaciones Opiniones Videos Fotos Información Comunidad Información y anuncios Podcast</p>	<p>https://twitter.com/eltiempocuencia, 173 000 TWEETS, 84500 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 16500, 19000 SEGUIDORES, 4639 ME GUSTA, LISTAS 23, SE UNIO JULIO 2009, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/eltiempocuencia/ 8934, PUBLICACIONES, 2300 SEGUIDORES, 2424 SEGUIDIDOS.</p>	<p>https://www.eltiempo.com.ec/ PORTADA, Cuenca, SUCESOS, OPINIÓN, DEPORTES, REGIÓN, CULTURA, ECUADOR, PANORAMA, ENTRETENIMIENTO, SOCIALES, SECCIONES, Azuay, Cuenca, Cultura, Deportes Sucesos, Deportes Farándula, Mundo, Nacionales Negocios</p>	<p>m.me/eltiempocuencia eltiempocuencaweb@gmail.com, Diario EL TIEMPO.- Av. Solano 366 y Florencia Astudillo (Antes del Sindicato de Choferes del Azuay). Telf.: 593-7-4104020 / 593-7-4104021 / 593-7-4103673 / 593-7-4103671 / 593-7-4103677 593-7-4103701 Fax: 593-7-4104844 Casilla: 4909 Este diario es miembro de la SIP y del INMA.</p>	<p>https://www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb, 1352 SUSCRIPTORES, VIDEOS YOU TUBE:https://www.youtube.com/watch?v=OaC5_qyPvq8, FECHA: 31 OCTUBRE 91 VISTAS, 04 ME GUSTA, 00 COEMNTARIOS, TITULAR: SECRETOS DE LA COMIDA CUENCANA, Gabriela Baculima, propietaria del restaurante Cristo del Consuelo da a conocer los mejores secretos de la cocina cuencana.</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "DIARIOS" demuestra la migración del medio impreso a digital para luego ser convergente móvil, para el caso DIARIO EL TIEMPO: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram y Youtube.</p>
<p>3) EL METRO (02) 244-9870 / 09 97876183, Metroecuador - Quito, D: Av. Amazonas N33-215 y Alemania, T: (02) 2449870, W: www.metroecuador.com.ec, E: herman@metroecuador.com.ec, T @MetroEcuadorR</p>	<p>https://www.facebook.com/diariometroecuador</p>	<p>https://www.metroecuador.com.ec/ec/</p>	<p>https://twitter.com/MetroEcuador</p>	<p>https://www.metroecuador.com.ec/ec/metroecuador</p>	<p>ventas.metroecuador@gmail.com</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "DIARIOS" demuestra la migración del medio impreso a digital para luego ser convergente móvil, para el caso DIARIO METRO: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram.</p>



B) RADIOS FRECUENCIA MODULADA FM CUENCA

<p>RADIOS FM, DIRECTORIO DE MEDIOS SUPERCOM:</p>	<p>MUESTRA: FAN PAGE FACEBOOK, SEGUIDORES.</p>	<p>MUESTRA TWITTER /INSTAGRAM, SEGUIDORES.</p>	<p>PAGINA WEB, ENLACES INFORMATIVOS, GOOGLE IMAS</p>	<p>EMAIL, WHATSAPP, DIRECCIÓN CASILLA POSTA, MSN</p>	<p>YOU TUBE, VIMEO, BLOG, ETC.</p>	<p>OBSERVACIONES/ANALISIS DE RESULTADOS:</p>
--	--	--	--	--	------------------------------------	--

<p>1) COMLICE FM 99.7 FM, Activa 88.5 FM - Cuenca, D: Miguel Cordero y Av. Paucarbamba Edif. Work Center. 5to piso Ofic. 508, T: (07) 2814688 / 2819992 / 2881088, F: (07) 2819992, W: www.fm88radioactiva.com, E: radio@cadencactiva.com, T: @fm88radioactiva</p> 	<p>https://www.facebook.com/complicefm/videos/ https://www.facebook.com/complicefm/videos/?ref=page_internal A 14734 personas les gusta esto, 15011 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/complicefm, 165 000 TWEETS, 44900 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 3007, 28700 SEGUIDORES, 257 ME GUSTA, LISTAS 2, SE UNIO myo 2010, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/radiocomplicefm/ 29 PUBLICACIONES, 684 SEGUIDORES, 47 SEGUIDOS.</p>	<p>http://www.complicefm.com/ PORTADA: INICIO NOTICIAS VOCES DE LA RADIO PROGRAMAS PODCAST NOSOTROS CONTACTOS</p>	<p>m.me/complicefm, Dirección: Av. Miguel Cordero y Av. Paucarbamba (Edif. Work Center 5to Piso, Ofic. 509) Teléfonos: 593 72819992 – 72811997</p>	<p>https://www.youtube.com/user/cadenactiva/, 80 SUSCRIPTORES, NO HAY PUBLICACIONES EN LOS ULTIMOS 4 AÑOS</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "RADIO FM" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso RADIO COMLICE: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram, youtube.</p>
<p>2) MAGGICA 92.1 FM</p> 	<p>https://www.facebook.com/complicefm/videos/ https://www.facebook.com/complicefm/videos/?ref=page_internal A 14734 personas les gusta esto, 15011 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/m921radio o, 6944 TWEETS, 3200 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 1156, 4255 SEGUIDORES, 330 ME GUSTA, LISTAS 1, SE UNIO JULIO 2012, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/explore/locations/361801983/maggica-921/</p>	<p>https://www.m921radio.com PORTADA: ome Video en vivo Audio En vivo Programación Galería Noticias Insólito TOP 9'21 Contactos Código Deontológico Infraestructura Rendición de cuentas 2017</p>	<p>m.me/m921radio, Política de privacidad Copyright © 2017 M 9'21 / Mollobamba y Autopista Cuenca - Azogues Telf.: 593 7 4097100 / Cel.: 593 980262686 / Cuenca - Ecuador</p>	<p>NO HAY CUENTA.</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "RADIO FM" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso RADIO MAGGICA: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram, youtube.</p>

<p>3) VISION 106.1 FM, 072882918 - 072886020, Visión 1010 AM / 106.1 FM - Cuenca, D: Av. 12 de Abril 2-01 y Arirumba, T: (07) 2882918 / 2881240, F: (07) 2880691, W: www.cadenaradialvision.co m, E: vision@etapaonline.net.ec, T: @radialvision</p>	<p>https://www.facebook.com/radiovisioncuenca/ VIDEOS:https://www.facebook.com/pg/radiovisioncuenca/videos/?ref=page_internal 12428 personas les gusta esto, 13227 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/radialvision on, 98900TWEETS, 11400 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 2202, 24100 SEGUIDORES, 309 ME GUSTA, SE UNIO JULIO 2012, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/radiovision106.1/, 47 PUBLICACIONES, 117 SEGUIDORES, 160 SEGUIDOS.</p>	<p>https://radiovisioncuenca.com/Home,Noticias,Visión106.1FM,Visión1010AM,Nosotros,Contacto,</p>	<p>Av. 12 de abril y Arirumba 201 072882918 - 072886020 info@cadenaadialvision.com Lunes a Viernes 9:00-17:00</p>	<p>NO HAY CUENTA</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "RADIO FM" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso RADIO VISION: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram.</p>
--	--	---	---	---	----------------------	---



C) RADIO AMPLITUD MODULADA CUENCA

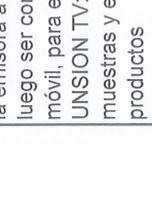
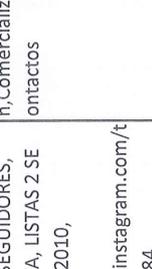
RADIO AM, DIRECTORIO DE MEDIOS SUPERCOM:	MUESTRA: FAN PAGE FACEBOOK, SEGUIDORES.	MUESTRA TWITTER /INSTAGRAM, SEGUIDORES.	PAGINA WEB, ENLACES INFORMATIVOS, GOOGLE MAS	EMAIL, WHATSAPP, DIRECCIÓN CASILLA POSTA, MSN	YOU TUBE, VIMEO, BLOG, ETC.	OBSERVACIONES/ANALISIS DE RESULTADOS:
<p>1) LA VOZ DEL TOMBAMBA 1070 AM, (07) 282-5301 APLICACIÓN PARA MOVIL: SI, La Voz de Tombamba 1070 AM / 1021 FM - (Cuenca, Girón, Paute), D: Benigno Malo 15-91 y Muñoz Vernaza esquina, T: (07)2842000/2825301/284222, F: (07) 2842222, W: www.lavozdeltombamba.com, E: info@lavozdeltombamba.com, T: @tombamba</p>	<p>https://www.facebook.com/radialvisioncuenca/ om, E: info@lavozdeltombamba.com, T: @tombamba</p>	<p>https://twitter.com/tombamba ba, 232000 TWEETS, 111000 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 1518, 187000 SEGUIDORES, 4049 ME GUSTA, MOMENTOS 7, SE UNIO NOVIEMBRE 2009, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/lavozdeltombamba/, 74 PUBLICACIONES, 9120 SEGUIDORES, 63 SEGUIDORES, ULTIMA PUBLICACION 04 DE NOVIEMBRE 3527 VISTAS 01 COMENTARIO.</p>	<p>http://www.lavozdeltombamba.com/, PORTADA: La voz del tombamba, Inicio, Noticias, Cobertura, Programación, Tarifas, Contactos, SEGMENTOS: Home, Austro, Cultura, Ciencia y Tecnología, Noticias Coloradas, Deportes, Lo dijeron en la radio, La columna de Guifor, Zona de Candela</p>	<p>info@lavozdeltombamba.com, m.me/rtombamba, Benigno Malo 15-91 y Muñoz Vernaza Cuenca, Llamar (07) 284-2000,</p>	<p>NO HAY CUENTA.</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "RADIO AM" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso RADIO LA VOZ DEL TOMBAMBA: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram, YouTube.</p>



<p>2) SPLENDID 1040 AM, (07) 283-4788, DENUNCIAS WHATSAPP: 0968843808, Splendid 1040 AM - Cuenca, D: Luis Cordero 18-18 y Eugenio Espejo, T: (07) 2834788 / 2832693 / 2822730, F: (07) 2832693 / 2822730, W: www.radioesplendid.com.ec, c.E: radioesplendidam@hotmail.com, T: @splendid1040,</p> 	<p>https://www.facebook.com/splendid1040/ VIDEOS: A https://www.facebook.com/pg/splendid1040/videos/?ref=page_internal 13296 personas les gusta esto, 13974 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/splendid1040, 343000 TWEETS, 18200 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 283, 24300 SEGUIDORES, 1360 ME GUSTA, LISTAS 7, SE UNIO DICIEMBRE 2010, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/explore/locations/451570261/567845/radio-splendid/</p>	<p>http://radiosplendid.com.ec/, PORTADA: INICIO, LA RADIO, PROGRAMACIÓN, NOTICIAS, AUDIOS.</p>	<p>Luis Cordero 18-18 y Eugenio Espejo Cuenca m.me/splendid1040 Llamar (07) 283-4788</p>	<p>NO HAY CUENTA.</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "RADIO AM" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso RADIO SPLENDID: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram.</p>
--	---	---	--	---	-----------------------	---

D) TELEVISION SEÑAL ABIERTA CUENCA

ESTACIONES TV, DIRECTORIO DE MEDIOS SUPERCOM:	MUESTRA: FAN PAGE FACEBOOK, SEGUIDORES.	MUESTRA TWITTER /INSTAGRAM, SEGUIDORES.	PAGINA WEB, ENLACES INFORMATIVOS, GOOGLE MAS	EMAIL, WHATSAPP, DIRECCIÓN CASILLA POSTA, MSN	YOU TUBE, VIMEO, BLOG, ETC.	OBSERVACIONES/ANALISIS DE RESULTADOS:
<p>1) ETV TELERAMA 4,</p> 	<p>https://www.facebook.com/etleramaec/ VIDEOS: https://www.facebook.com/pg/etleramaec/videos/?ref=page_internal A 3907 personas les gusta esto, 4242 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/etleramaec, 28700 TWEETS, 337 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 715, 144000 SEGUIDORES, 14 ME GUSTA, SE UNIO SEPTIEMBRE 2019, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/etleramaec/ 634 PUBLICACIONES, 3242 SEGUIDORES, 126 SEGUIDOS</p>	<p>http://www.telerama.ec/, PORTADA: inicio, Nacionales, Internacionales, Independiente, Intercultural, Cobertura, Contactenos</p>	<p>07 2863 904, ETV Telerama - Canal 4 - Cuenca, D: Av. España 13-36 y Turhuaiico, T: (07) 286 3904 / 280 5326 / 286 4605, F: (07) 280 7586, W: www.telerama.ec, E: telerama@cue.satnet.net, T: @teleramaec</p>	<p>https://www.youtube.com/user/teleramaecuador, 61584 SUSCRIPTORES.</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "TV" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso TELERAMA: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram, YouTube.</p>

<p>2) UNSION TV 25, (07) 283-1380</p> 	<p>https://www.facebook.com/Unsióntv/ VIDEOS: https://www.facebook.com/page/Unsióntv/videos/?ref=page_internal_A_31434 personas les gusta esto, 34544 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/UNSIONTV V, 60500 TWEETS, 15100 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 1109, 55200 SEGUIDORES, 684 ME GUSTA, LISTAS 2 SE UNIO ENERO 2010, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/telecuenca/ 84 PUBLICACIONES, 935 SEGUIDORES, 67 SEGUIDOS</p>	<p>http://www.unsion.tv/, PORTADA: Inicio, Conocenos, Programación, Comercialización, Noticias, Contactos</p>	<p>Juan Montalvo 7-40 entre Presidente Córdova y Sucre Cuenca m.me/Unsióntv Llamar (07) 283-1380</p>	<p>https://www.youtube.com/Unsióntv Unsióntv, 13702 SUSCRIPTORES.</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "TV" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso UNSION TV: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram, YouTube.</p>
<p>3) TELECUENCA</p> 	<p>https://www.facebook.com/telecuenca/ VIDEOS: https://www.facebook.com/page/telecuenca/videos/?ref=page_internal_A_16696 personas les gusta esto, 17488 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/telecuenca a?lang=es, 38600 TWEETS, 11800 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 2041, 24900 SEGUIDORES, 36 ME GUSTA, LISTAS 5, SE UNIO MAYO 2009, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/telecuenca/ 84 PUBLICACIONES, 935 SEGUIDORES, 67 SEGUIDOS</p>	<p>https://livestream.com/TELECUENCA/ECUADOR</p>	<p>m.me/telecuenca, Canal Universitario Católico, D: Av. Humbolt 384 y Arquimedes, T: (07) 2827862 / 2846654, F: (07) 3846654, W: www.telecuenca.com, E: telecuenca@gmail.com, T:</p>	<p>https://www.youtube.com/user/telecuenca, 4502 SUSCRIPTORES</p>	<p>El mapeo e identificación de medios masivos "TV" demuestra la migración de la emisora a digital para luego ser convergente móvil, para el caso TELECUENCA: de las muestras y evidencias de productos comunicacionales subidos en la red, los mayores alcances de consumidores que siguen o les gusta esto son las publicaciones desde su página web y de ahí los enlaces hacia transmisiones de FACEBOOK o videos postproducidos para el fan page, tienen cuentas en Twitter, Instagram, YouTube.</p>

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS-PRENSA-RADIO-TV: RECORD DE REPRODUCCIONES COMPARTIDOS Y COMENTARIOS MUESTRA MESES OCTUBRE
NOVIEMBRE 2018.

PRENSA-DIARIOS CUENCA 09 DE NOVIEMBRE 2018.

DIARIOS MATUTINOS, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN- PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ ANÁLISIS DE RESULTADOS:
EL MERCURIO https://www.facebook.com/diarioelmercurio/	INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 166648 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 167977 PERSONAS SIGUEN ESTO.	https://www.facebook.com/diarioelmercurio/videos/185464255716477/ TITULAR: Caos en el tránsito/ LEAD: Se tapa y se destapa.	LUNES 29 DE OCTUBRE 2018, 13H10 TRANSMISIÓN EN VIVO, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.	47000 REPRODUCCIONES, CAMARA DE CELULAR, REPORTAJE PERIODISTA ANDRES GUILLERMO, PUBLICACIONES, VIDEOS, EMISIÓN EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 48132 REPRODUCCIONES, 1132 SEGUIDORES EN 9 DÍAS.	IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 1122, 262 MEGUSTA, 253 ME ENOJA, 607 ME ASOMBRA, 16 MINUTOS 45 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 240 P.	347 VECES COMPARTIDOS, 447 COMENTARIOS, REPORTAJE TOMA CONTINUA CELULAR.	El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado gran cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje denuncia de obras, el objeto para realizar la convergencia un celular, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me asombra, me enoja, me gusta, la narración de hechos es realizada por un periodista.



<p>EL TIEMPO/ (07) 410-4840, https://www.facebook.com/eltempocuena/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 182035 personas les gusta esto, a 181674 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/eltempocuena/videos/222191171385631/, TITULAR/LEAD: Tranvía Cuenca recorrido por Milichichig#Ahora #Cuenca > La unidad de @Tranvia_Cuenca llega a #Milichichig, luego de recorrer la Av. España a una velocidad de 5km/h. Es la primera vez que circula por este tramo.</p>	<p>DOMINGO 14 DE OCTUBRE 2018, 19H16 POST-PRODUCCIÓN, SECTOR MILCHICHIG EXTERIORES, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>13021 REPRODUCCIONES, CAMARA DE CELULAR, VIDEOS, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 13200 REPRODUCCIONES, 179 SEGUIDORES EN 9 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 488, 210 MEGUSTA, 23 ME ENCANTA, 255 ME ENOJA, 25 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P.</p>	<p>55 VECES COMPARTIDOS, 10 COMENTARIOS, TOMAS DE RECORRIDO DE TRANVIA, PLANO ABIERTO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son eventos de impacto social, en particular este caso ha ganado buena cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje recorrido de Tranvía, el objeto para realizar la convergencia un celular, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes con mas me enoja, me gusta, me encant, no existe narración de hechos.</p>
<p>EL METRO (02) 244-9870 / 09 97876183 https://www.facebook.com/diariometroecuador/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 781083 personas les gusta esto, a 881703 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/diariometroecuador/videos/855813471422306/, TITULAR: Independencia de Cuenca, LEAD: #MetroVideo Este sábado 3 de noviembre Cuenca celebra sus 198 años de Independencia ¡Qué viva la Atenas del Ecuador!</p>	<p>SABADO 03 DE NOVIEMBRE 2018, 08H20, COMARTEN IMÁGENES CON FONDO MUSICAL DEL MUNICIPIO CUENCA , DÍA TOMA DE MUESTRA: 08 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>15000 REPRODUCCIONES, VIDEO POST PRODUCCIÓN, CAMARA POST PRODUCCIÓN, VIDEOS, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 15300 REPRODUCCIONES, 300 SEGUIDORES EN 5 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 40, 109 MEGUSTA, 62 ME DIVIERTE, 219 ME ASOMBRA, 01 MINUTO 16 SEGUNDOS , TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 480 P.</p>	<p>155 VECES COMPARTIDOS, 54 COMENTARIOS, VIDEO TOMAS DE LA CIUDAD DE CUENCA, SUBTITULOS LUGARES.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son celebraciones de la ciudad, en particular este caso ha ganado buena cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje compartido del Municipio, el objeto es un producto audiovisual propaganda fiestas, el impacto en consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me asombra, me gusta, me divierte, no existe narración de hechos.</p>
<p>RADIO FRECUENCIA MODULADA FM, 09 DE NOVIEMBRE 2018.</p>							
<p>RADIOS FM, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.</p>	<p>GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.</p>	<p>MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD</p>	<p>FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCALCIÓN</p>	<p>REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN-AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.</p>	<p>REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO CALIDAD SUBIDA RED.</p>	<p>COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED</p>	<p>OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:</p>

<p>COMLICE FM 99.7 FM, 593 72819992 - 72811997 https://www.facebook.com/complicefm/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 14633 personas les gusta esto, a 14919 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/complicefm/videos/vb.103709416343092/281409559166498/?type=2&theater, TITULAR/LEAD:¡AHOR AJ Inicia el desfile Cívico- Militar en la avenida Huayna Cápac. Varias instituciones participan de este evento.</p>	<p>SABADO 03 DE NOVIEMBRE 2018, 10H06 TRANSMISIÓN EN VIVO, AVENIDA HUAYNA CAPAC, DESFILE, DÍA TOMA DE MUESTRA: 09 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>9500 REPRODUCCIONES, VIDEOS FUENTE CELULAR EN MANO, PERIODISTA ANDRES CAMPOVERDE, SEÑAL EN VIVO, PUBLICACIONES, VIDEOS, EMISIÓN EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 9613 REPRODUCCIONES, 113 SEGUIDORES EN 6 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 160, 66 MEGUSTA, 09 ME ENCANTA, 85 ME DIVIERTE, 32H05 TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P</p>	<p>65 VECES COMPARTIDOS, 72 COMENTARIOS, 07 TIEMPO REAL, VIDEO EN MANO CELULAR, BAJA CALIDAD VIDEO Y AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado buena cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje transmisión desfile cívico, el objeto para realizar la convergencia es un celular, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me divierte, me gusta, me encanta, la narración de hechos es realizada por un periodista.</p>
<p>MAGGICA 92.1 FM https://www.facebook.com/m921radio/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 23645 personas les gusta esto, a 24626 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/search/top?q=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fm921radio%2Fvideos%2F976811175860575%2F&epa=SEARCH_BOX, TITULAR/LEAD: Seamos padres para toda la vida, hoy en el especial de los miércoles.</p>	<p>MIÉRCOLES 07 DE NOVIEMBRE 2018, 11H07 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS VIRTUALES DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS-FONDO CROMA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 09 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018</p>	<p>2600 REPRODUCCIONES, CAMARA VTR, PERIODISTA XAVIER CRESPO ENTREVISTA A INVITADO, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2682 REPRODUCCIONES, 82 SEGUIDORES EN 2 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 130, 40 MEGUSTA, 14 ME ENCANTA, 76 ME ASOMBRA, 01HORA 09 MINUTOS 30 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 HD</p>	<p>55 VECES COMPARTIDO, 25 COEMNTARIOS, VIDEO VTR TIROS DE CAMARA, CALIDAD MEDIA VIDEO Y MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen los videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado baja cantidad de seguidores con esta entrevista, el objeto para realizar la convergencia son camaras con fondo cromas digital vtr, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me asombra, me gusta, me encanta, la entrevista es realizada por un periodista.</p>

<p>VISION 106.1 FM, 072882918 - 072886020 https://www.facebook.com/radiovisioncuenc a/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 12344 personas les gusta esto, a 13125 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/radiovisioncuenc deos/vb.140013732861 827/190239191913235/ ?type=2&theater, TITULAR: Terapia Auditiva martes 6 de noviembre/LEAD: El Lcdo. Pablo Augusto Crespo, Rector de Santana Experiencia Educativa nos acompaña hoy en #terapiaAuditiva para hablarnos del nuevo enfoque en la Educación del Nivel Inicial escúchanos en 106.1 Una Nueva Visión en FM</p>	<p>VIERNES 06 DE NOVIEMBRE 2018, 10H37 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS-FONDO LOCACION CABINA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 09 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018</p>	<p>1700 REPRODUCCIONES, VIDEOS EN VTR, ENTREVISTA GABRIELA CADME, INVITADOS RESPONDEN EN PANATALLA DIVIDIDA, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018, 2083 REPRODUCCIONES, 383 SEGUIDORES EN 3 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 04, 10 MEGUSTA, 40 ME ENCANTA, 27 MINUTOS 02 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 480 HD</p>	<p>13 VECES COMPARTIDO, 12 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIROS DE CAMARA, CALIDAD MEDIA VIDEO, MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen los videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado baja cantidad de reproducciones y seguidores con esta entrevista, el objeto para realizar la convergencia son camaras con fondo banner vtr, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me encanta y me gusta, la entrevista es realizada por un periodista.</p>
--	--	---	---	---	---	--	--

RADIO AMPLITUD MODULADA AM, 09 DE NOVIEMBRE 2018.

RADIO AM, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN- PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ ALISIS DE RESULTADOS:
<p>LA VOZ DEL TOMBAMBAMBA 1070 AM, (07) 282-5301 https://www.facebook.com/rtombambamba/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 196415 personas les gusta esto, a 204966 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/rtombambamba/videos/vb.1555683504682044/194635674788324/?type=2&theater,TITULAR/LEAD: [EN VIVO] Dr. Jaime Astudillo, precandidato a la alcaldía de Cuenca por el movimiento Confito, en La Voz del Tombeamba.</p>	<p>JUEVES 08 DE NOVIEMBRE 2018, 08H09 TRANSMISIÓN DESDE CELULAR, ENREVISTA A PRECANDIDATO ALCALDE CUENCA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 09 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018</p>	<p>8600 REPRODUCCIONES, VIDEO UNA SOLA CAMARA, PERIODISTA JORGE PIEDRA PROGRAMA NOTICIERO LA VOZ DEL TOMBAMBAMBA / I MINUTOS 28 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 360 P. EN 1 DÍA.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 156, 118 ME GUSTA, 17 ME DA RISA, 14 ME ENCANTA, 4 ME ASOMBRA, 19 MINUTOS 28 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 360 P.</p>	<p>13 VECES COMPARTIDO, 126 COMENTARIOS, VIDEO TIRO DE CAMARA PRIMER PLANO CELULAR, CALIDAD MEDIA VIDEO , MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen los videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado gran cantidad de reproducciones y seguidores con esta entrevista en vivo precandidato alcalde, el objeto para realizar la convergencia es una cámara de video, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me gusta, me da risa, me encanta, la entrevista es realizada por un periodista.</p>

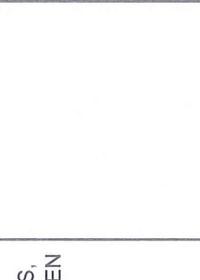
<p>ETV TELERAMA 4, 07 2863 904 https://www.facebook.com/telearamaec/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 3833 personas les gusta esto, a 4166 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/telearamaec/videos/748524368824493/ TITULAR/LEAD: Artesanos se reunirán con ministros y presidente Lenin Moreno Telera Noticias http://www.telera.ec/noticias?v=9caTck5</p>	<p>VIERNES 06 DE NOVIEMBRE 2018, 10H51 POST PRO RODUCCION TELERAMA NOTICIAS, MUESTRA DE FICHA 09 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>109 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA UNA SOLA CAMARA, TELERAMA NOTICIAS, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018, 109 REPRODUCCIONES, 00 SEGUIDORES EN 3 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 05, 04 ME GUSTA, 01 ME ASOMBRA, 01 MINUTOS 14 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 480 P.</p>	<p>01 VECES COMPARTIDO, 00 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIRO DE CAMARA, CALIDAD MEDIA, MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen los videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado pésima cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje, el objeto para realizar la convergencia es una cámara de video, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con pocos me gusta y me asombra en minoría, la entrevista es realizada por un periodista, reproducción de reportaje ya presentado en noticiero.</p>
<p>UNSION TV 25, (07) 283-1380 https://www.facebook.com/UnсионTV/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 31000 personas les gusta esto, a 35854 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/UnсионTV/videos/262512564409022/%20T%C3%8DTULAR%20NOTICIA:%20ETAPA,TITULAR/LEAD:El martes anterior, los usuarios de internet de ETAPA EP, se quedaron sin servicio por algunas horas. El problema según indicaron las autoridades de la empresa municipal, se dio por un ataque cibernético, inconveniente que ya fue solucionado. Liliana J. Lianes #Cuenca ETAPA EP</p>	<p>MIÉRCOLES 07 DE NOVIEMBRE 2018, 15H43 POST PRO RODUCCIÓN UNSIÓN TELEVISIÓN NOTICIAS, MUESTRA DE FICHA 09 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018</p>	<p>4300 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA REPORTAJE SUCESOS, PERIODISTA LILIANA YANEZ UNSIÓN NOTICIAS, REPORTAJE, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018, 4931 REPRODUCCIONES, 631 SEGUIDORES EN 2 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 26, 11 ME GUSTA, 08 ME DA RISA, 05 ME ASOMBRA, 01 ME ENTRISTECE, 01 ME ENOJA, 01 MINUTOS 38 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 PHD.</p>	<p>33 VECES COMPARTIDO, 11 COMENTARIOS, VIDEO POST PRODUCCION, CALIDAD BUENA VIDEO Y AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen los videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado buena cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje, el objeto para realizar la convergencia es una cámara de video, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con algunos me gusta y me da risa, el reportaje es realizada por un periodista, reproducción de reportaje ya presentado en noticiero.</p>

<p>TELECUENCA https://www.facebook.com/telecuenca/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 16604 personas les gusta esto, a 17168 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/telecuenca/videos/vb.742711439103389/192833151640917/?type=2&theater TITULAR: TAME LIBERARA FORMALMENTE LA FRECUENCIA CUENCA GUAYAQUIL TAME LIBERARA FORMALMENTE LA FRECUENCIA CUENCA GUAYAQUIL</p>	<p>MIÉRCOLES 07 DE NOVIEMBRE 2018, 08H37 POST PRO RODUCCION CANAL DE LA CIUDAD- TELEVISIÓN NOTICIAS, MUESTRA DE FICHA 09 DE NOVIEMBRE 2018, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018</p>	<p>903 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA REPORTAJE , PERIODISTA NATHALY ARTEAGA TELECUENCA NOTICIAS, REPORTAJE, CIERRE DE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2018, 938 REPRODUCCIONES, 35 SEGUIDORES EN 2 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 13, 11 ME GUSTA, 02 MINUTOS 48 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 540 P.</p>	<p>00 VECES COMPARTIDO, 01 COMENTARIOS, VIDEO POST PRODUCCION, CALIDAD BUENA VIDEO Y AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen los videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado pésima cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje, el objeto para realizar la convergencia es una cámara de video, el impacto en los consumidores demuestra solo me gusta, el reportaje es realizada por una periodista, reproducción de reportaje ya presentado en noticiero.</p>
--	---	--	--	---	--	---	---

MEDIOS DE COMUNICACION MASIVOS-PRENSA-RADIO-TV: RECORD DE REPRODUCCIONES COMPARTIDOS Y COMENTARIOS MUESTRA MESES OCTUBRE-NOVIEMBRE 2018.

Prensa-Diarios Cuenca, 18 de Noviembre 2018.

DIARIOS MATUTINOS, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCALIZACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN, PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
<p>EL MERCURIO https://www.facebook.com/diarioelmercurio/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 166648 PERSONAS LES GUSTA ESTO. A 167977 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/diarioelmercurio/vid/eos/1178979508947212/, TITULAR: Multitudinaria fue la marcha de la Universidad de Cuenca hoy para pedir que no se reduzca el presupuesto universitario #MercurioEc</p>	<p>MIÉRCOLES 21 DE NOVIEMBRE 2018, 12H34 TRANSMISIÓN EN VIVO, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>15000 REPRODUCCIONES, CÁMARA DE CELULAR, TRANSMISIÓN EN VIVO, PUBLICACIONES, VIDEOS, EMISIÓN EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 15300 REPRODUCCIONES, 300 SEGUIDORES EN 3 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 218, 186 MEGUSTA, 13 ME DA RISAS, 11 ME ENCANTA, 05 ME ENOJA, 03 ME ASOMBRA, 35 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 240 P.</p>	<p>193 VECES COMPARTIDOS, 54 COMENTARIOS, REPORTAJE TOMA CONTINUA CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado gran cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia un celular, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ME DA RISAS, me ASOMBRA, no hay la narración de hechos</p>

<p>EL TIEMPO/ (07) 410-4840, https://www.facebook.com/eitimpocuena/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 182173 personas les gusta esto, a 181809 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/eitimpocuena/vidEOS/523115228170659/ TITULAR: Mote pillo, LEAD: #ESPECIAL ¿Te gusta el mote pillo?, Conoce cómo preparar de una forma rápida el tradicional mote pillo cuencano.El chef Diego Gutierrez, del restaurante La Caleta Nueva Cocina-Ecuatoriana, comparte su receta, Visita nuestro especial y conoce más sobre La Cuencanidad.>> http://bit.ly/la-cuen-ca-ni-dad</p>	<p>LUNES 12 DE NOVIEMBRE 2018, 17H10 POST-PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>1200 REPRODUCCIONES, CAMARA DE CELULAR, REPORTAJE LA CUENCANIDAD, COMO PREPARAR MOTE PILLO, PUBLICACIONES, VIDEOS, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 1726 REPRODUCCIONES, 526 SEGUIDORES EN 3 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 27, 26 MEGUSTA, 01 ME ENCANTA, 01 MINUTO 06 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 480 P.</p>	<p>13 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIOS, REPORTAJE TOMAS DE PREPARACIÓN DE PLATILLO TÍPICO.</p> <p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado baja cantidad de reproducciones y seguidores con este REPORTAJE GASTRONOMICO, el objeto para realizar la convergencia cámara video, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ENCANTA, no hay narración de hechos, secuencia preparación platillo.</p>
<p>EL METRO (02) 244-9870 / 09 97876183 https://www.facebook.com/diariometroecuador/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 786329 personas les gusta esto, a 888882 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/diariometroecuador/videos/1042825299220749/ TITULAR: Un 7 de noviembre de 2001, Ecuador logró clasificar por primera vez en su historia a un Mundial, LEAD: #MetroDeportes <input type="checkbox"/> Un 7 de noviembre de 2001, Ecuador logró clasificar por primera vez en su historia a un #Mundial <input checked="" type="checkbox"/> Revive aquí el emotivo momento https://bit.ly/2JS10mB</p>	<p>MIÉRCOLES 07 DE NOVIEMBRE 2018, 12H02 POST-PRODUCCIÓN, FUENTE DIARIO METRO, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>7800 REPRODUCCIONES, VIDEOS FUENTE DIARIO METRO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 8000 REPRODUCCIONES, 200 SEGUIDORES EN 16 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 227, 175 MEGUSTA, 35 ME ENCANTA, 13 ME ENTRISTECE, 02 ME DA RISA, 02 ME ASOMBRA, 01 MINUTO 17 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 144 P.</p> <p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado gran cantidad de reproducciones y seguidores con este REPORTAJE EPORATIVO, el objeto para realizar la convergencia cámara video, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ENCANTA, ME ENTRISTECE, ME DA RISA, ME ASOMBRA, no hay narración de hechos, secuencia de imágenes.</p>	

RADIOS FM, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCALIZACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN, CALIDAD SUBIDA PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
COMLICE FM 99.7 FM, 593 72819992 - 72811997 https://www.facebook.com/complicefm/	INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 14676 personas les gusta esto, a 14936 personas siguen esto	https://www.facebook.com/complicefm/videos/353046866262988/ TITULAR: COMPLICE FM, Transmisión en Vivo, LEAD: [AHORA] El Asambleista Juan Cristóbal Lloret junto a ciudadanos afectados por los cobros indebidos de la Banca mediante rueda de prensa informa de acciones desarrolladas sobre este tema.	LUNES 12 DE NOVIEMBRE 2018, 10H27 TRANSMISIÓN EN VIVO, LA GLORIETA PLAZA CALDERÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.	944 REPRODUCCIONES, VIDEOS FUENTE CELULAR EN MANO, PERIODISTA ANDRES CAMPOVERDE, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 1025 REPRODUCCIONES, 81 SEGUIDORES EN 11 DÍAS.	IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 19, 13 MEGUSTA, 04 ME DA RISA, 02 ME ASOMBRA, 11 MINUTOS 09 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 240 P.	04 VECES COMPARTIDOS, 09 COMENTARIOS, VIDEO EN MANO CELULAR, BAJA CALIDAD VIDEO Y AUDIO.	El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia un celular, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me RISA, me ASOMBRA, hay la narración de hechos con periodista.
MAGGICA 92.1 FM https://www.facebook.com/m921radio/	INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 23668 personas les gusta esto, a 24653 personas siguen esto	https://www.facebook.com/m921radio/videos/107477496080581/ TITULAR: NOTICIERO MUNDO EN LÍNEA, LEAD: NOTICIERO MUNDO EN LÍNEA.	MARTES 13 DE NOVIEMBRE 2018, 07H34 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS VIRTUALES DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS FONDO CROMA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.	466 REPRODUCCIONES, VIDEOS EN VTR, PERIODISTAS EN LINEA FORO NOTICIOSO, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 722 REPRODUCCIONES, 256 SEGUIDORES EN 16 DÍAS.	IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 03, 03 MEGUSTA, 01 HORA 39 MINUTOS 24 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 360 P.	04 VECES COMPARTIDO, VIDEO VTR TIROS DE CAMARA, CALIDAD MEDIA VIDEO Y MEJOR AUDIO.	El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista.



<p>VISION 106.1 FM, 072882918 - 072886020 https://www.facebook.com/radiovisioncuenca/</p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 12366 personas les gusta esto, a 13151 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/radiovisioncuenca/ os/193544054890634/ TITULAR: DIÁLOGO DIRECTO 12 de noviembre de 2018 (Not. I Emisión), LEAD: En #DiálogoDirecto conversamos con la Arq. Mónica Quezada, Subsecretaria del MTOP de la Zona 6, y con Rogelio Reyes, Alcalde de Pucará, sobre la entrega de la vía . #ENVIVO por 106.1 FM en #Azuay y #Cañar, www.cadenaradialvision.com en la web.</p>	<p>LUNES 12 DE NOVIEMBRE 2018, 08H47 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS-FONDO LOCACION CABINA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>368 REPRODUCCIONES, VIDEOS EN VTR, PERIODISTAS GUADALUPE MORALES PREGUNTAS, INVITADOS RESPONDEN EN PANATALLA DIVIDIDA, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 451 REPRODUCCIONES, 83 SEGUIDORES EN 17 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 05, 05 MEGUSTA, 19MINUTOS 43 SEGUNDOS , TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 360 P.</p>	<p>08 VECES COMPARTIDO, 02 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIROS DE CAMARA, CALIDAD MEDIA VIDEO , MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista.</p>
---	--	--	---	---	--	---	---

RADIO AMPLITUD MODULADA AM, 18 DE NOVIEMBRE 2018.

<p>RADIOS AM, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.</p>	<p>GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.</p>	<p>MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD</p>	<p>FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN</p>	<p>REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN, PROGRAMA.</p>	<p>REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.</p>	<p>COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED</p>	<p>OBSERVACIONES/ ANÁLISIS DE RESULTADOS:</p>
---	--	--	--	---	---	--	---

<p>LA VOZ DEL TOMEAMBAMBA 1070 AM, (07) 282-5301 https://www.facebook.com/rtomebamba/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 196783 personas les gusta esto, a 205326 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/rtomebamba/videos/330333984214699/, TITULAR/LEAD: [EN VIVO] Arq. Montica Quezada, Subsecretaria del Ministerio de Transporte y Rogelio Reyes, alcalde de Pucara.</p>	<p>LUNES 12 DE NOVIEMBRE 2018, 08H03 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS-FONDO LOCACION CABINA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>9900 REPRODUCCIONES, VIDEO UNA SOLA CAMARA, PERIODISTAS JORGE PIEDRA PREGUNTAS, INVITADOS RESPONDEN EN PANATALLA, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 11486 REPRODUCCIONES, 1586 SEGUIDORES EN 17 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 138, 112 MEGUSTA, 16 ME ENCANTA, 05 ME DA RISA, 03 ME ENOJA, 01 ME ASOMBRA, 21 ENTRISTECE, 21 MINUTOS 32 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 360 P.</p>	<p>42 VECES COMPARTIDO, 71 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIRO DE CAMARA, CALIDAD MEDIA VIDEO, MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado GRAN cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ENCANTA, ME DA RISAM ME ENOJA, ME ASOMBRA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista.</p>
<p>SPLENDID 1040 AM, (07) 283-4788 https://www.facebook.com/splendid1040/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 12747 personas les gusta esto, a 13393 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/splendid1040/videos/1197689203739935/ TITULAR: Entrevista al Ing. Geovanny Palacios, Movimiento Participa Dr. Geovanny Palacios 2018-11-08.</p>	<p>LUNES 08 DE NOVIEMBRE 2018, 07H19 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS-FONDO LOCACION CABINA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>1300 REPRODUCCIONES, VIDEO UNA SOLA CAMARA, PERIODISTA LEONOR PEÑA PREGUNTAS, INVITADOS RESPONDEN EN PANATALLA, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 11486 REPRODUCCIONES, 1586 SEGUIDORES EN 17 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 41, 34 MEGUSTA, 04 ME ENCANTA, 02 ME DA RISA, 33 MINUTOS 35 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 P.</p>	<p>27 VECES COMPARTIDO, 20 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIRO DE CAMARA, CALIDAD MEDIA, MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado GRAN cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ENCANTA, ME DA RISAM ME ENOJA, ME ASOMBRA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista.</p>

TELEVISION, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN-PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
E TV TELERAMA 4, 07 2863 904 https://www.facebook.com/telearamaec/	INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 3854 personas les gusta esto, a 4185 personas siguen esto.	https://www.facebook.com/telearamaec/videos/754439051570501/ TITULAR/LEAD: Analizan generación de empleo y dolarización en Ecuador, LEAD: Analizan generación de empleo y dolarización en Ecuador Telarama Noticias http://www.telearama.ec/noticias?v=P0WGDUI	LUNES 12 DE NOVIEMBRE 2018, 15H38 POST PRO RODUCCIÓN TELERAMA NOTICIAS, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.	18 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA UNA SOLA CAMARA, PERIODISTA MARTHA NAVARRTE TELERMA NOTICIAS, REPORTAJE, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 27 REPRODUCCIONES, 09 SEGUIDORES EN 17 DÍAS.	IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 02, 02 MEGUSTA, 02 MINUTOS 30 SEGUNDOS IEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 480 P.	00 VECES COMPARTIDO, 00 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIRO DE CAMARA, CALIDAD MEDIA , MEJOR AUDIO.	El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta PRODUCCION, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista, reproducción del noticiero.

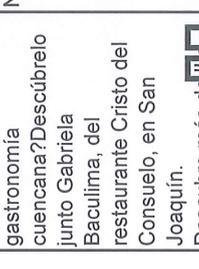


<p>UNSION TV 25, (07) 283-1380 https://www.facebook.com/UnsiionTV/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 30388 personas les gusta esto, a 35587 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/UnsiionTV/videos/378044176266443/ TITULAR: Fiscalía vincula a una nueva persona en caso mangajo, LEAD: Andrés V. Alias el mangajo es investigado por presunto abuso sexual cometido en contra de varias menores de edad. La fiscalía vinculó en la última semana a una nueva persona en uno de los procesos, presuntamente por ser cómplice de estos actos delictivos. #Cuenca</p>	<p>MARTES 13 DE NOVIEMBRE 2018, 09H02 POST PRO RODUCCIÓN UNSIÓN TELEVISIÓN NOTICIAS, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>876 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA REPORTAJE SUCESOS, PERIODISTA JAMMIL BUSTÁN UNSIÓN NOTICIAS, REPORTAJE, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 1600 REPRODUCCIONES, 724 SEGUIDORES EN 16 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 08, 07 MEGUSTA, 01 MEASOMBRA, 01 MINUTOS 19 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 P HD.</p>	<p>01 VECES COMPARTIDO, 00 COMENTARIOS, VIDEO POST PRODUCCION, CALIDAD BUENA VIDEO Y AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BUENA cantidad de reproducciones y seguidores con esta PRODUCCION, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ASOMBRA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista, reproducción del noticiero.</p>
<p>TELECUENCA https://www.facebook.com/telecuenca/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 16430 personas les gusta esto, a 17196 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/telecuenca/videos/388080948398764/ TITULAR/LEAD: FALLA DE INTERNET DE ETAPA RESPONDERIA A INTERVENCION DE HACKERS Y DAÑOS EN SWITCHES</p>	<p>JUEVES 08 DE NOVIEMBRE 2018, 08H36 POST PRO RODUCCIÓN TELECUENCA EL CANAL DE LA CIUDAD- TELEVISIÓN NOTICIAS, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>608 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA REPORTAJE , PERIODISTA NATHALY ARTEAGA TELECUENCA NOTICIAS, REPORTAJE, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 613 REPRODUCCIONES, 05 SEGUIDORES EN 21 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 01, 01 MEGUSTA, 03 MINUTOS 30 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 P HD.</p>	<p>79 VECES COMPARTIDO, 06 COMENTARIOS, VIDEO POST PRODUCCION, CALIDAD BUENA VIDEO Y AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta PRODUCCION, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ASOMBRA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista, reproducción del noticiero.</p>

MEDIOS DE COMUNICACION MASIVOS-PRENSA-RADIO-TV: RECORD DE REPRODUCCIONES COMPARTIDOS Y COMENTARIOS MUESTRA MESES OCTUBRE NOVIEMBRE 2018.

PRENSA-DIARIOS CUENCA, 26 DE NOVIEMBRE 2018.

DIARIOS MATUTINOS, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK, TRANSMISIONES EN VIVO, PERIODISMO MÓVIL.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO DEL FAN PAGE SEGUIDORES Y ME GUSTA	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA DE SUBIDA RED, FORMATO, LOCALACION	REPRODUCCIONES EN LA RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN-PROGRAMA.	SEGUIDORES, REACCIONES CONSUMIDORES, DURACIÓN PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
<p>EL MERCURIO https://www.facebook.com/diarioelmercurio/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 166648 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 167977 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/diarioelmercurio/videos/2207473312620860/, TITULAR: #Caudaloso y esta hora el Río Tomebamba de #Cuenca. Se ruega prudencia a las personas para que no acudan a las orillas de los afluentes. #CuideSuVida #MercurioEc</p>	<p>LUNES 26 DE NOVIEMBRE 2018, 15H58 TRANSMISIÓN EN VIVO, DÍA TOMA DE MUESTRA: 4 DICIEMBRE 2018, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>19000 REPRODUCCIONES, CAMARA DE CELULAR, REPORTAJE PERIODISTA ANDRES GUILLERMO, PUBLICACIONES, VIDEOS, EMISIÓN EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 19500 REPRODUCCIONES, 500 SEGUIDORES EN 3 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 376, 293 MEGUSTA, 66 ME ASOMBRA, 10 ME ENTRISTECE, 02 MINUTOS 12 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 480 P.</p>	<p>158 VECES COMPARTIDOS, 30 COMENTARIOS, REPORTAJE TOMA CONTINUA CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado gran cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje CUIDANDO SU VIDA, el objeto para realizar la convergencia un celular, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ME ASOMBRA, me ENTRISTECE, la narración de hechos es realizada por un periodista.</p>

<p>EL TIEMPO/ (07) 410-4840, https://www.facebook.com/eltiempocuena/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 182263 personas les gusta esto, a 181903 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/eltiempocuena/vidEOS/358390141574506/ TITULAR: Secretos gastronomía cuencana, LEAD: #ESPECIAL ¿ Cuáles son los secretos culinarios de la gastronomía cuencana? Descúbrelo junto Gabriela Baculima, del restaurante Cristo del Consuelo, en San Joaquín. Descubre más de 'La Cuencanidad' en nuestro especial http://bit.ly/la-cuen-ca-nidad</p>	<p>LUNES 12 DE NOVIEMBRE 2018, 17H10 POST-PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>1200 REPRODUCCIONES, CAMARA DE CELULAR, REPORTAJE SECRETOS DE GASTRONOMÍA, COMO PREPARAR MOTE PILLO, PUBLICACIONES, VIDEOS, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2400 REPRODUCCIONES, 1200 SEGUIDORES EN 17 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 24, 22 MEGUSTA, 01 ME ENCANTA, 01 ME ASOMBRA, 01 MINUTO 47 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 P HD.</p>	<p>03 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIOS, REPORTAJE TOMAS DE PREPARACIÓN DE PLATILLO TÍPICO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado GRAN cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje GASTRONOMICO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ME ENCANTA, me ASOMBRA, NO HAY la narración de hechos, SECUENCIA DE IMAGENES.</p>
<p>EL METRO (02) 244-9870 / 09 97876183 https://www.facebook.com/diariometroecuador/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 790824 personas les gusta esto, a 894432 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/diariometroecuador/videos/350858749014971/ TITULAR/LEAD : Sorteo de 2 Meet & Greet con 'The Rasmus'</p>	<p>JUEVES 15 DE NOVIEMBRE 2018, 16H00 TRANSMISIÓN EN VIVO, FUENTE DIARIO METRO, SORTEO PANEL INVITADOS, ESTUDIOS DIARTIO METRO, DIA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>1500 REPRODUCCIONES, VIDEO TRANSMISION EN VIVO, CAMARA, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 1707 REPRODUCCIONES, 207 SEGUIDORES EN 14 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 40, 28 MEGUSTA, 08 ME ENCANTA, 03 ME ENTRISTECE, 01 ME DA RISA, 10 MINUTO 23 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 360 P.</p>	<p>06 VECES COMPARTIDOS, 08 COMENTARIOS, VIDEO UNA SOLA CAMARA TIRO FRONTAL, MEDIO CALIDAD VIDEO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje TRANSMISION EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ME ENCANTA, me ENTRISTECE, HAY la narración de hechos, comunicadores.</p>

RADIO AM-DIGITAL	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO DEL FAN PAGE SEGUIDORES Y ME GUSTA	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA DE SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN	REPRODUCCIONES EN LA RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN, PROGRAMA.	SEGUIDORES, REACCIONES CONSUMIDORES, DURACIÓN PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
COMLICE FM 99.7 FM, 593 72819992 - 72811997 https://www.facebook.com/comlicefm/ 	INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 14700 personas les gusta esto, a 14970 personas siguen esto	https://www.facebook.com/comlicefm/videos/348689275694977/ TITULAR/LEAD: [EN VIVO] El concejal Carlos Orellana informa sobre los avances del proyecto de ordenanza para el incentivo del uso de vehículos eléctricos en Cuenca.	VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 10H42 TRANSMISIÓN EN VIVO, OFICINA CONCEJAL CARLOS ORELLANA; DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.	312 REPRODUCCIONES, VIDEOS FUENTE CELULAR EN MANO, PERIODISTA ANDRES CAMPOVERDE, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 344 REPRODUCCIONES, 32 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.	IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 05, 05 MEGUSTA, 05 MINUTOS 33 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 360 P.	00 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIOS, VIDEO EN MANO CELULAR, BAJA CALIDAD VIDEO Y AUDIO.	El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje TRANSMISION EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, HAY la narración de hechos, realizada por periodistas.

<p>MAGGICA 92.1 FM https://www.facebook.com/m921radio/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 23721 personas les gusta esto, a 24711 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/m921radio/videos/61620204178705/ TITULAR/LEAD: [EN VIVO] Noticiero Mundo en Línea por tu M 9'21 un paso adelante en información</p>	<p>VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 07H39 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS VIRTUALES DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS-FONDO CROMA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>348 REPRODUCCIONES, CAMARA VTR, PERIODISTAS EN LINEA FORO NOTICIOSO, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 435 REPRODUCCIONES, 87 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 03, 03 MEGUSTA, 01 HORA, 18 MINUTOS 08 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 480 P.</p>	<p>05 VECES COMPARTIDO, VIDEO VTR TIROS DE CAMARA, CALIDAD MEDIA VIDEO Y MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje TRANSMISION EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, HAY la narración NOTICIOSA de hechos, realizada por periodistas.</p>
<p>VISION 106,1 FM, 072882918 - 072886020 https://www.facebook.com/radiovisioncuena/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 12400 personas les gusta esto, a 13189 personas siguen esto</p>	<p>https://www.facebook.com/radiovisioncuena/videos/1204546339697381/ TITULAR: DIÁLOGO DIRECTO 16 de noviembre de 2018 (Not. I Emisión), LEAD: En #DiálogoDirecto conversamos con el Ministro de Educación del Ecuador, Fander Falconi, sobre el acompañamiento pedagógico y la nueva escuela. Ministerio Educación Ecuador #ENVIVO por 106.1 FM en #Azua y #Cañar, www.cadenaradialvision.com</p>	<p>VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 08H41 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS DE LA ESTACIÓN, CAMARAS-FONDO LOCACION CABINA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>94 REPRODUCCIONES, VIDEOS EN VTR, PERIODISTAS GUADALUPE MORALES PREGUNTA S, INVITADOS RESPONDEN EN PANATALLA DIVIDIDA, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 102 REPRODUCCIONES, 08 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 04, 04 MEGUSTA, 20 MINUTOS 46 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 480 P.</p>	<p>04 VECES COMPARTIDO, 00 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIROS DE CAMARA, CALIDAD MEDIA VIDEO, MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje TRANSMISION EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, HAY la narración NOTICIOSA de hechos, realizada por periodistas.</p>

RADIO AM-DIGITAL	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO DEL FAN PAGE SEGUIDORES Y ME GUSTA	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA DE SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN	REPRODUCCIONES EN LA RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN, PROGRAMA.	SEGUIDORES, REACCIONES, CONSUMIDORES, DURACIÓN PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
<p>LA VOZ DEL TOMBAMBA 1070 AM, (07) 282-5301 https://www.facebook.com/rtombamba/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 197256 personas les gusta esto, a 205793 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/rtombamba/videos/439269006479272/ TITULAR/LEAD: La Universidad de Cuenca anuncia para el próximo miércoles 21 de noviembre una marcha por las calles de #Cuenca, ante una posible reducción del presupuesto anual. Informe de Iván Rodríguez.</p>	<p>MIÉRCOLES 14 DE NOVIEMBRE 2018, 17H18 TRANSMISIÓN DESDE CELULAR, ENREVISTA A RECTOR DE LA UNIVERSIDAD, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>3300 REPRODUCCIONES, VIDEO UNA SOLA CAMARA, PERIODISTA IVAN RODRIGUEZ, POS PRODUCCION, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 3423 REPRODUCCIONES, 123 SEGUIDORES EN 15 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 48, 41 MEGUSTA, 05 ME DIVIERTE, 01 ME ENCANTA, 01 ME ASOMBRA, 01 MINUTOS 23 SEGUNDOS, TIEMPO SUBIDA, CALIDAD HD.</p>	<p>09 VECES COMPARTIDO, 02 COMENTARIOS, VIDEO TIRO DE CAMARA PRIMER PLANO CELULAR, CALIDAD MEDIA VIDEO, MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME DIVIERTE, ME ENCANTA, ME ASOMBRA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista.</p>

<p>SPLENDID 1040 AM, (07) 283-4788 https://www.facebook.com/splendid1040/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 13166 personas les gusta esto, a 13785 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/splendid1040/video/s/258400961524036/ TITULAR/LEAD: EN VIVO INFORMATIVO SPLENDID III EMISION, Entrevista a Dra. María Isabel Mejía , del Frente de Barrios Independientes</p>	<p>VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 16H47 TRANSMISIÓN EN VIVO, ESTUDIOS DE LA ESTACIÓN, CÁMARAS-FONDO LOCACION CABINA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>254 REPRODUCCIONES, VIDEO UNA SOLA CAMARA, PERIODISTA ROLANDO FAREZ PREGUNTAS, INVITADOS RESPONDEN EN PANATALLA, SEÑAL EN VIVO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 417 REPRODUCCIONES, 163 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 09, 05 MEGUSTA, 04 ME ENCANTA, 18 MINUTOS 01 SEGUNDOS , TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 480 P.</p>	<p>08 VECES COMPARTIDO, 01 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIRO DE CAMARA, CALIDAD MEDIA , MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta TRANSMISIÓN EN VIVO, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ENCANTA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista.</p>
--	--	--	---	--	--	--	---

TELEVISION

<p>TELEVISION SEÑAL ABIERTA</p>	<p>GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO DEL FAN PAGE SEGUIDORES Y ME GUSTA</p>	<p>MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD</p>	<p>FECHA DE SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN</p>	<p>REPRODUCCIONES EN LA RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN PROGRAMA.</p>	<p>SEGUIDORES, REACCIONES CONSUMIDORES, DURACIÓN PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.</p>	<p>COMPARTIDOS Y COMENTARIOS DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL EN LA RED</p>	<p>OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:</p>
---------------------------------	--	--	---	--	--	--	--

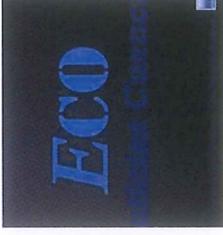
<p>ETV TELERAMA 4, 07 2863 904 https://www.facebook.com/teлераmaec/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 3880 personas les gusta esto, a 4212 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/teлераmaec/videos/354531688636625/ TITULAR/LEAD: El ministerio de justicia se transforma en dos secretarías Teleraма Noticias http://www.teлераma.ec/noticias?v=8f6aup1</p>	<p>VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 16H30 POST PRO RODUCCIÓN TELERAMA NOTICIAS, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>11 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA UNA SOLA CAMARA, PERIODISTA FERNANDO CORREA TELERAMA NOTICIAS, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 20 REPRODUCCIONES, 09 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 00, 01 MINUTOS 39 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 270 P.</p>	<p>00 VECES COMPARTIDO, 00 COMENTARIOS, VIDEO VTR TIRO DE CAMARA, CALIDAD MEDIA, MEJOR AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado PESIMA cantidad de reproducciones y seguidores con esta PRODUCCION, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con SIN ME GUSTA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista, reproduccion del noticiero.</p>
<p>UNSION TV 25, (07) 283-1380 https://www.facebook.com/UnsiονTV/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 31078 personas les gusta esto, a 35913 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/UnsiονTV/videos/698840160496252/ TITULAR: Lluvias provocó inundaciones en la parroquia El Valle /LEAD: Una fuerte lluvia provocó inundaciones en varios sectores rurales de Cuenca, varias viviendas se vieron afectadas en la parroquia El Valle.</p>	<p>VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 20H56 POST PRO RODUCCIÓN UNSIÓN TELEVISIÓN NOTICIAS, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>4000 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA REPORTAJE SUCESOS, PERIODISTA JAMMIL BUSTÁN UNSIÓN NOTICIAS, REPORTAJE, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 4800 REPRODUCCIONES, 800 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 52, 39 MEGUSTA, 13 ME ASOMBRA, 01 MINUTOS 14 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 P HD.</p>	<p>26 VECES COMPARTIDO, 00 COMENTARIOS, VIDEO POST PRODUCCION, CALIDAD BUENA VIDEO Y AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BUENA cantidad de reproducciones y seguidores con esta PRODUCCION, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ASOMBRA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista, reproduccion del noticiero.</p>

<p>TELECUENCA https://www.facebook.com/telecuenca/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 16616 personas les gusta esto, a 17397 personas siguen esto.</p>	<p>https://www.facebook.com/telecuenca/ om/telecuenca/videos/284456195609795/, TITULAR/LEAD: FUEGO CONSUME UNA VIVIENDA EN LA AVENIDA RICARDO MUNOZ Y ALFONSO MORENO MORA</p>	<p>JUEVES 15 DE NOVIEMBRE 2018, 18H05 POST PRO RODUCCIÓN TELECUENCA EL CANAL DE LA CIUDAD- TELEVISIÓN NOTICIAS, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>9800 REPRODUCCIONES, VIDEO REPRODUCCION NOTICIA REPORTAJE , PERIODISTA MAURICIO LUPERCIO TELECUENCA NOTICIAS, REPORTAJE, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 11454 REPRODUCCIONES, 1654 SEGUIDORES EN 14 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 39, 18 MEGUSTA, 06 ME ASOMBRA, 02 MINUTOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 P HD.</p>	<p>02 VECES COMPARTIDO, 01 COMENTARIOS, VIDEO POST PRODUCCION, CALIDAD BUENA VIDEO Y AUDIO.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con esta PRODUCCION, el objeto para realizar la convergencia CAMARAS, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ASOMBRA, hay la narración de hechos NOTICIOSOS con periodista, reproducción del noticiero.</p>
--	--	---	--	--	--	---	--

PERIODISTAS MÓVILES INDEPENDIENTES: IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO MASIVO-DIGITAL-MÓVIL, MUESTRA MESES OCTUBRE NOVIEMBRE 2018.

PERIODISTAS-DIGITALES-MÓVILES CUENCA.

PERIODISMO MÓVIL:	MUESTRA: FAN PAGE FACEBOOK, SEGUIDORES.	MUESTRA TWITTER /INSTAGRAM, SEGUIDORES.	PAGINA WEB, ENLACES INFORMATIVOS, GOOGLE MAS	EMAIL, WHATSAPP, DIRECCIÓN CASILLA POSTA, MSN	YOU TUBE, VIMEO, BLOG, ETC.	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
<p>1) RED INFORMATIVA/ 098 708 1003</p> 	<p>https://www.facebook.com/RedInformativaCuenca/ VIDEOS: https://www.facebook.com/p/RedInformativaCuenca/videos/?ref=page_internal A 97278 personas les gusta esto, 127160 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/_redinformativa?lang=es, 1137 TWEETS, 1087 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 215, 2308SEGUIDORES, 86 ME GUSTA, SE UNIO JULIO 2017.</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>Llamar 098 708 1003 m.me/RedInformativaCuenca jammil.bustan@gmail.com MÁS INFORMACIÓN Fecha de lanzamiento August 2, 2017 Descripción Reporte de noticias audiovisuales de la actualidad Azuaya. Impressum Producción audiovisual de contenidos noticiosos.</p>	<p>NO TIENE BLOG, NI MAS ENLACES</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso RED INFORMATIVA: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>
<p>2) PRENSA VIRTUAL / 099 503 2179 https://www.facebook.com/PRENSAVirtual/</p> 	<p>https://www.facebook.com/PRENSAVirtual/, VIDEOS: https://www.facebook.com/p/PRENSAVirtual/videos/?ref=page_internal A 40521 personas les gusta esto, 55324 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/prensavirtual_?lang=es, 904 TWEETS, 853 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 53, SEGUIDORES 1480, ME GUSTA 214, SE UNIO NOVIEMBRE 2017.</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>Información Sugerir cambios INFORMACIÓN DE CONTACTO Llamar 099 503 2179 m.me/PRENSAVirtual MÁS INFORMACIÓN Descripción Medio de Comunicación de noticias desde Cuenca categories Medio de comunicación/noticias</p>	<p>NO TIENE BLOG, NI MAS ENLACES</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso PRENSA VIRTUAL: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>

<p>3) INCIDENTES CUENCA/ 096 968 8149/MARIO SISALIMA</p> 	<p>https://www.facebook.com/incidenteCuenca/ VIDEOS: https://www.facebook.com/p/g/incidenteCuenca/videos/?ref=page_internal A 20901 personas les gusta esto, 22301 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/incidenteCuenca, 1023 TWEETS, 161 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 359, SEGUIDORES 1679, 133 ME GUSTA, SE UNIO JULIO 2012.</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>Creación el 14 de agosto de 2017 Misión Informar a la Comunidad INFORMACIÓN DE CONTACTO Llamar 096 968 8149 m.me/incidenteCuenca mariosanty333@hotmail.com https://twitter.com/incidenteCuenca MÁS INFORMACIÓN Descripción Noticias, Sucesos, Denuncias, Reportajes Impressum Mario Sisalima</p>	<p>NO TIENE BLOG, NI MAS ENLACES</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso INCIDENTES CUENCA: evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>
<p>4) ECO NOTICIAS/</p> 	<p>https://www.facebook.com/conoticiasE/ VIDEOS: https://www.facebook.com/p/g/EconoticiasE/videos/?ref=page_internal A 54064 personas les gusta esto, 58019 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/_eco8, 10500 TWEETS, 1660 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 518, SEGUIDORES 1762, 11500 ME GUSTA, SE UNIO ABRIL 2015.</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>m.me/EconoticiasE, Fernando Pérez @Fernando_eco8 «Dirigente Provincial de Avanza 8 «Gerente de Eco Sport Ecuador «Estudiante de Comunicación Social «Administrador de ECO NOTICIAS ECUADOR. categories Medio de comunicación/noticias</p>	<p>https://www.youtube.com/channel/UCz1e4mAZHYcGc9kFTbjxvLQ/feed , 1189 SUSCRIPTORES</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso ECO-NOTICIAS: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>

<p>5) Cronica Cuenca/ 0981592194/ ivan velesaca</p> 	<p>https://www.facebook.com/cronicaCuenca/ VIDEOS: https://www.facebook.com/page_cronicaCuenca/videos/?ref=page_internal A 23484 personas les gusta esto, 25452 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/cronicaCuenca?lang=es, 12700 TWEETS, 139 SIGUIENDO, 998 ME GUSTA, LISTAS 1, SE UNIO MAYO 2011.</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>Llamar 0981592194 m.me/cronicaCuenca ivancronica@hotmail.com MÁS INFORMACIÓN Descripción Medio de comunicación/noticias/sucesos Cuenca-Ecuador Impressum Ivan Velesaca categorias Medio de comunicación/noticias</p>	<p>NO TIENE BLOG, NI MAS ENLACES</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso CRONICA-CUENCA: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>
<p>6) Armando Suquisupa</p> 	<p>https://www.facebook.com/cronicaCuenca/ VIDEOS: https://www.facebook.com/page_cronicaCuenca/videos/?ref=page_internal A 23484 personas les gusta esto, 25452 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/arasquisupa?lang=es, 15100 TWEETS, 11400 FOTOS Y VIDEOS, 105 SIGUIENDO , SEGUIDORES 16600, 21 ME GUSTA, LISTAS 1, SE UNIO MAYO 2011, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/armando_suquisupa/, 07 PUBLICACIONES, 435 SEGUIDORES, 53 SEGUIDOS.</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>Periodista en Diario El Tiempo C.A. Estudió en Universidad de Cuenca Vive en Cuenca De Cuenca Administra Asnoticias</p>	<p>https://plus.google.com/117176274752944993194</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso de ARMANDO SUQUISUPA: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>

<p>7) Christian Sanchez m/0969724764/ https://ec.linkedin.com/in/christian-sanchez-m-0ab22387</p> 	<p>https://www.facebook.com/christianelmercurio</p>	<p>https://twitter.com/Sanchezmendieta?lang=es, 22500 TWEETS, 15100 FOTOS Y VIDEOS, 853 SIGUIENDO, SEGUIDORES 11300, 5898 ME GUSTA, SE UNIO DICIEMBRE 2009,</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>christian.sanchez m/0969724764/</p>	<p>https://www.pscp.tv/Sanchezmendieta/1IDxLavlPwMKm PERISCOPE 2382 VISTAS, 100 TRANSMISIONES, 27 SEGUIDORES, 21 SIGUIENDO, GOOGLE MAS: https://plus.google.com/107004081515052678508, https://ec.linkedin.com/in/christian-sanchez-m-0ab22387</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso de CHRISTIAN SANCHEZ: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>
<p>8) IVAN QUEZADA/ 098 715 8502, ivanquezadab70@gmail.com</p> 	<p>https://www.facebook.com/IQperiodismo/, VIDEOS: https://www.facebook.com/page/IQperiodismo/videos/?ref=page_internal A 3478 personas les gusta esto, 3550 personas siguen esto.</p>	<p>https://twitter.com/ivanquezadab, 34200 TWEETS, 1635 FOTOS Y VIDEOS, SIGUIENDO 3361, SEGUIDORES 2734, 11200 ME GUSTA, SE UNIO SEPTIEMBRE 2010, INSTAGRAM: https://www.instagram.com/ivanquezadab/, 105 PUBLICACIONES, 435 SEGUIDORES, 587 SEGUIDOS</p>	<p>NO TIENE PAGINA WEB</p>	<p>http://www.ivanquezada.info/, #IQ @ivanquezadab Periodista - http://facebook.com/IQperiodismo/ http://instagram.com/ivanquezadab/ #CuencaEsMiBandera Al pie del capulí. FEDERALISMO ES JUSTICIA Cuenca, Ecuador facebook.com/IQperiodismo/</p>	<p>https://www.youtube.com/channel/UCzle4mAZHYcGc9KFTbjxvLQ/feed, 1189 SUSCRIPTORES</p>	<p>El análisis de resultados parciales del mapeo e identificación de periodistas móviles y sus diferentes canales de difusión para el caso de CHRISTIAN SANCHEZ: de las muestras y evidencias de productos comunicacionlaes subidos en la red, los mayores alcances de personas que siguen o les gusta esto, son las transmisiones de FACEBOOK videos postproducidos desde fan page, y luego Twitter.</p>

PERIODISTAS DIGITALES MÓVILES-CUENCA 09 DE NOVIEMBRE 2018.

PERIODISMO MÓVIL, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCALIZACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN-PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
<p>1)RED INFORMATIVA/ 098 708 1003 https://www.facebook.com/RedInformativaCuenca/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 94810 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 123127 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/RedInformativaCuenca/videos/1773988196064012/, TITULARDesde el 1 de diciembre cada bus urbanos de Cuenca será conducido por dos conductores en la misma jornada laboral.</p>	<p>VIERNES 09 DE NOVIEMBRE 2018, 08H53 POST-PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>46000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA JAMIL BUSTAN RED INFORMATIVA PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 57880 REPRODUCCIONES, 11880 SEGUIDORES EN 20 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 783. 682 MEGUSTA, 49 ME ASOMBRA, 38 ME ENCANTA, 05 ME ENOJA, 01 ME ENTRISTECE, 01 MINUTOS 09 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 720 HD.</p>	<p>692 VECES COMPARTIDOS, 101 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA LEONARDO ALVARRACIN PDTE. CAM TRANSPORTE, TOMAS PROPIAS.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje EDUCACION VIAL, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME asombra, me ENCANTA, ME enoja, me gusta, la narración de hechos es realizada por un periodista, MISMO REPORTAJES REPRODUCIDOS UNISION TV.</p>

<p>PRENSA VIRTUAL/ https://www.facebook.com/PRENSAVirtual/ Llamar 099 503 2179 m.me/PRENSAVirtual, Descripción, Medio de Comunicación de noticias desde Cuenca, categorías, Medio de comunicación/noticias</p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 94578 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 122000 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/PRENSAVirtual/videos/2221382751438659/ , TITULAR/LEAD: Hombre de la tercera edad fue asesinado al interior de su vivienda, aparentemente por robarle.</p>	<p>VIERNES 09 DE NOVIEMBRE 2018, 15H26 POST- PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>30000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA LILLIANA YANEZ PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 31000 REPRODUCCIONES, 100 SEGUIDORES EN 20 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 334, 149 MEGUSTA, 134 ME ENTRISTECE, 33 ME ASOMBRA, 05 15 ME ENOJA, 03 ME ENCANTA, 01 MINUTOS 21 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P.</p>	<p>692 VECES COMPARTIDOS, 101 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA LEONARDO ALVARRACIN PDTE. CAM. TRANSPORTE, TOMAS PROPIAS.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BUENA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS- CRÓNICA, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ENTRISTECE, me ASOMBRA, ME enoja, me ENCANTA, la narración de hechos es realizada por un periodista, MISMO REPORTAJE REPRODUCIDO UNSION TV.</p>
---	---	---	---	---	--	---	---



<p>INCIDENTES CUENCA/ 096 968 8149/MARIO SISALIMA https://www.facebook.com/IncidenteCuenca/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 20839 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 22240 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/IncidenteCuenca/videos/2125873817674091 /, TITULAR: #TuristandoCuenca Cristo Rey de Cullica un espacio congelado en el tiempo.LEAD: #TuristandoCuenca Cristo Rey de Cullica un espacio congelado en el tiempo. Esta vez en una nueva entrega de "TURISTIANDO" Cuenca, recorremos un hermoso lugar congelado en el tiempo. Un mágico espacio que posee unas catacumbas que son un enigma. Ayúdanos a crecer dale like y comparte.....:)</p>	<p>VIERNES 09 DE NOVIEMBRE 2018, 12H34 POST- PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>1400 REPRODUCCIONES, POSTPRODUCCIÓN PERIODISTA MARIO SISALIMA RED INCIDENTES CUENCA VIDEOS, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 1811 REPRODUCCIONES, 411 SEGUIDORES EN 20 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 18, 17 MEGUSTA, 01 ME ENCANTA, 04 MINUTOS 45 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 360 P.</p>	<p>14 VECES COMPARTIDOS, 02 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA DON JORGE SACRISTAN DE CRISTO REY DE CULLCA, TOMAS PROPIAS CAMARA.</p> <p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje TURÍSTICO, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ENCANTA, la narración de hechos es realizada por un periodista.</p>
<p>ECO NOTICIAS 099 218 0795 / https://www.facebook.com/Econoticias/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 53946 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 57901 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/EconoticiasE/videos/332073490884191/ , TITULAR: ECO NOTICIAS ECUADOR, LEAD: Banda "Roba Casas" que operaba en #Cuenca fue capturada por la Unidad de Inteligencia Antidelincuencial (UIAD) conjuntamente con el Grupo de Operaciones Motorizadas (GOM) del Distrito Cuenca-Sur y Servicio Urbano. Video..□</p>	<p>LUNES 29 DE OCTUBRE 2018, 11H07 POST- PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>2900 REPRODUCCIONES, REPRODUCCIÓN CELULAR VIDEOS, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 3000 REPRODUCCIONES, 100 SEGUIDORES EN 2 MESES.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 46, 39 MEGUSTA, 04 ME ENOJA, 02 ME ENCANTA, 01 ME ASOMBRA, 49 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 240 P.</p>	<p>9 VECES COMPARTIDOS, 03 COMENTARIOS, REPORTAJE TOMAS CELULAR.</p> <p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado PÉSIMA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS-CRÓNICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ENCANTA, NO HAYIA narración de hechos, TOMA CORRIDA.</p>

<p>cronica Cuenca/ 0981592194/ ivan velesaca https://www.facebook.c om/cronicacuena/ </p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 23033 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 24924 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.c om/cronicacuena/vid eos/1155812784567144/ , TITULAR: CRONICA CUENCA, LEAD: Lunes 12 de noviembre del 2018. Esta mañana ocurrió un accidente de tránsito en el Control Sur en #Cuenca. Allí volcó un bus de una empresa que ofrece servicio de transporte de turismo. La unidad salió desde el cantón Girón con destino a Guayaquil. Llevaba una familia que iba a viajar a los EEUU. [Audio] Aníbal Lucio, de la Oficina de Investigación de Accidentes de Tránsito (OIAT)</p>	<p>LUNES 12 DE NOVIEMBRE 2018, 08H31 POST- PRODUCCIÓN: DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>2500 REPRODUCCIONES, REPRODUCCIÓN CELULAR VIDEOS Y AUDIOS DE AGENTE DE OIAT, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 4048 REPRODUCCIONES, 1548 SEGUIDORES EN 17 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 37, 30 MEGUSTA, 05 ME ASOMBRA, 02 ME ENTRISTECE, 01 MUNTO CON 10 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 270 P.</p>	<p>14 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIOS, REPORTAJE AUDIO AGENTE OIAT, TOMAS POST PRODUCCION CELULAR AGENTES.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BUENA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS- CRÓNICA, el objeto para realizar la convergencia un CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ASOMBRA, ME ENTRISTECE, HAY la narración de hechos, secuencia de imágenes.</p>
<p>informativo, opinión, interpretativo:cr ónica, sucesos, reportajes móviles. a 1725 personas les gusta esto , a 1800 personas siguen esto.  armando suquisupa</p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 1725 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 1800 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.c om/armando.suquisupa/ videos/1021312402511 8035/, TITULAR: Tercer concurso de bandas de pueblo, organizado por el Amistad Club y la Unión de Periodistas del Azuay: 1. Kaprichos Band 2. Banda de San Fernando 3. Las Pioneras del Auzto</p>	<p>DOMINGO 04 DE NOVIEMBRE 2018, 22H21 POST- PRODUCCIÓN: DÍA TOMA DE MUESTRA: 09 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>356 REPRODUCCIONES, REPRODUCCIÓN CELULAR, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 356 REPRODUCCIONES, 00 SEGUIDORES EN 25 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 21, 19 MEGUSTA, 02 ME ENCANTA, 08 MINUTO CON 46 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 480 P.</p>	<p>00 VECES COMPARTIDOS, 02 COMENTARIOS, REPORTAJE FESTIVAL POPULAR, TOMAS POST PRODUCCION CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado PÉSIMA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje FESTIVIDADES, el objeto para realizar la convergencia un CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ENCANTA, NO HAY la narración de hechos, secuencia de imágenes.</p>

<p>christian sanchez mi/0969724764/https://e c.linkedin.com/in/christi an-sanchez-m- 0ab22387</p>		<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCEOS, REPORTAJES MÓVILES. A 3653 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 3700 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/christianelmercurio/videos/1962467927146978/, TITULAR: Se concentra en el parque Calderón la marcha de la Universidad de #Cuenca en contra de recorte al presupuesto</p>	<p>MIÉRCOLES 21 DE NOVIEMBRE 2018, 11H14 POST-PRODUCCIÓN: DÍA TOMA DE MUESTRA: 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>2500 REPRODUCCIONES, CAMARA, POST PRODUCCION, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2500 REPRODUCCIONES.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 33, 26 ME GUSTA, 05 ME ENCANTA, 01 ME ASOMBRA, 01 ME ENTRISTECE, 05 MINUTOS 44 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 360 P.</p>	<p>42 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIO, REPORTAJE SUCESO CRONICA, TOMA CON CAMARAS.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCEOS-CRONICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME DIVIERTE, me ENOJA, ME ENCANTA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.</p>
---	---	--	--	--	---	--	--	---

<p>IVAN QUEZADA/ 098 715 8502</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 4059 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 4150 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/IQperiodismo/video/s/1118508028299492/ , TITULAR: Hoy por distintos puntos de la ciudad agentes de la EMOV EP Cuenca realizaron operativos sorpresa y de civil con el objetivo de hacer cumplir la ley. Quejas de los choferes por esta acción. Deberían hacerlo en los taxis también ? Qué opina ? es importante su criterio. Vídeo: Diego Puma</p>	<p>MARTES 13 DE NOVIEMBRE 2018, 17H31 POST- PRODUCCIÓN: DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>45000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA IVAN QUEZADA PERIODISMO IQ PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 50000 REPRODUCCIONES, 5000 SEGUIDORES EN 16 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 226, 158 MEGUSTA, 31 ME DIVIERTE, 19 ME ENOJA, 12 ME ENCANTA, 06 ME ASOMBRA, 01 MINUTOS 06 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P.</p>	<p>490 VECES COMPARTIDOS, 291 COMENTARIOS, REPORTAJE SUCEO AUROBUS, TOMA CON CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS- CRONICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME DIVIERTE, me ENOJA, ME ENCANTA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.</p>
---	--	--	--	--	--	---	---

PERIODISTAS DIGITALES MÓVILES-CUENCA 18 DE NOVIEMBRE 2018.

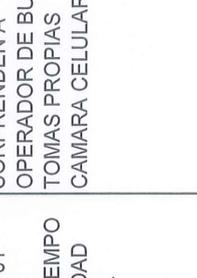
PERIODISMO MÓVIL, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN-PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
RED INFORMATIVA 098 708 1003 https://www.facebook.com/RedInformativaCuenca/	INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 95387 PERSONAS LES GUSTA ESTO . A 124092 PERSONAS SIGUEN ESTO.	https://www.facebook.com/RedInformativaCuenca/videos/3481207324124671 , TITULAR/LEAD: Ofrecen 10000 dólares de recompensa para quien de información del o los autores de la muerte de Noe Agustín Carpio.	MIERCOLES 14 DE NOVIEMBRE 2018, 11H44 POST-PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.	38000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA JAMIL BUSTAN RED INFORMATIVA REPORTAJE, PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 42000 REPRODUCCIONES, 4000 SEGUIDORES EN 6 DÍAS.	IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 379, 293 MEGUSTA, 51 ME ENTRISTECE, 33 ME ASOMBRA, 01 ME GUSTA, 01 MINUTOS ENOJA, 01 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 HD.	301 VECES COMPARTIDOS, 00 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA CRÓNICA ROJA-SUCESOS.	El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS-CRÓNICAS, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ENTRISTECE, me ASOMBRA, ME ENCANTA, ME enoja, la narración de hechos es realizada por un periodista, MISMO REPORTAJES REPRODUCIDOS UNISION TV.



<p>Prensa Virtual/ https://www.facebook.com/PrensaVirtual/ Llamar 099 503 2179 m.me/PrensaVirtual, Descripción, Medio de Comunicación de noticias desde Cuenca, categorías, Medio de comunicación/noticias</p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCEOS, REPORTAJES MÓVILES. A 94790 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 12280 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/PrensaVirtual/videos/572507093208858/ , TITULAR/LEAD: Pareja de venezolanos y su hija menor de edad en busca de una oportunidad.</p>	<p>MARTES 13 DE NOVIEMBRE 2018, 17H01 POST- PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>77000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA LLLIANA YANEZ PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 77000 REPRODUCCIONES, 00 SEGUIDORES EN 7 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 756. 359 ME ENTRISTECE , 344 ME GUSTA, 31 ME ASOMBRA, 12 ME ENOJA, 06 ME DA RISA, 04 ME ENCANTA, 03 MINUTOS 52 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 144 P.</p>	<p>656 VECES COMPARTIDOS, 134 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA EN LA CALLE, TOMAS PROPIAS.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCEOS-CRÓNICAS, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas ME ENTRISTECE, me GUSTA, ME ASOMBRA, ME enoja, ME DA RISA, ME ENCANTA, la narración de hechos es realizada por un periodista, MISMO REPORTAJES REPRODUCIDOS UNISION TV.</p>
---	---	--	--	--	--	---	---



<p>INCIDENTES CUENCA/ 096 968 8149/MARIO SISALIMA https://www.facebook.com/IncidenteCuenca/</p>		<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCEOS, REPORTAJES MÓVILES. A 20859 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 22260 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/IncidenteCuenca/videos/333045244172775/, TITULAR: Alcalde de Cuenca entrega el Mega Parque Tarqui – Guzho, LEAD: Domingo 28 de octubre de 2018 Propios y extraños disfrutaron de la inauguración del Megaparque Tarqui – Guzho.</p>	<p>LUNES 29 DE NOVIEMBRE 2018, 09H45 POST-PRODUCCIÓN: DÍA TOMA DE MUESTRA: 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>3900 REPRODUCCIONES, POSTPRODUCCIÓN PERIODISTA MARIO SISALIMA RED INCIDENTES CUENCA VIDEOS, MICROENTREVISTAS INAGURACION PARQUE TARQUI, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 3975 REPRODUCCIONES, 75 SEGUIDORES EN 7 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 68, 66 MEGUSTA, 02ME ENCANTA, 02 MINUTOS 26 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P.</p>	<p>30 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA ALCALDE MARCELO CABRERA, BENEFICIARIOS DEL SECTOR, TOMAS PROPIAS CAMARA.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCEOS-CRÓNICAS, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas ME ENTRISTECE, me GUSTA, ME ASOMBRA, ME enoja, ME DA RISA, ME ENCANTA, la narración de hechos es realizada por un periodista, MISMO REPORTAJES REPRODUCIDOS UNISION TV.</p>
---	---	--	--	--	---	---	--	---

<p>ECO NOTICIAS 099 218.0795 / https://www.facebook.com/EconoticiasE/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 53985 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 57936 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/EconoticiasE/videos/2039177182816718/, TITULAR: ECO NOTICIAS ECUADOR, LEAD: Agentes de la Emov, vestidos de civil, se suben a los buses y controlan que los conductores hagan su trabajo debidamente . Y cumplan con las normativas de tránsito. @SoloNoticias593</p>	<p>MIÉRCOLES 14 DE NOVIEMBRE 2018, 13H47 POST- PRODUCCIÓN, COMPARTIDO, DÍA TOMA DE MUESTRA: 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>6700 REPRODUCCIONES, REPRODUCCIÓN CELULAR VIDEOS DEL PROPIO OPERADOR DE BUS SANCIONADO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 8400 REPRODUCCIONES, 1700 SEGUIDORES EN 7 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 174, 120 MEGUSTA, 25 ME ENOJA, 15 ME DIVIERTE, 05 ME ENCANTA, 01 ME ENTRISTECE, 01 MINUTOS 06 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA .</p>	<p>51 VECES COMPARTIDOS, 72 COMENTARIOS, REPORTAJE INFRAGANTI AGENTES SORPRENDEN A OPERADOR DE BUS, TOMAS PROPIAS CAMARA CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BUENA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS- CRÓNICAS, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas ME GUSTA, me ENOJA, ME DIVIERTE, ME ENCANTA, ME ENTRISTECE, ME ENCANTA, NO HAY la narración de hechos, TOMA SEGUIDA CELULAR.</p>
--	--	--	---	---	--	---	---

<p>cronica Cuenca/ 0981592194/ ivan velesaca https://www.facebook.com/cronicacuena/</p>	 <p>Crónica Cuenca 0981592194 @cronicacuena</p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCEOS, REPORTAJES MÓVILES. A 23136 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 25071 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/cronicacuena/videos/1998188346934501/ , TITULAR: CRÓNICA CUENCA, LEAD: Martes 13 de noviembre del 2018. Dos personas resultaron heridas en violento choque de dos vehículos en las calles Vega Muñoz y Miguel Vélez #Cuenca. Uno de los heridos es un vendedor de helados que fue atropellado tras el accidente.</p>	<p>MARTES 13 DE NOVIEMBRE 2018, 10H36 POST- PRODUCCIÓN; DÍA TOMA DE MUESTRA: 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>2300 REPRODUCCIONES, REPRODUCCIÓN CELULAR VIDEOS Y AUDIOS DE REPORTERO IVAN VELESACA, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 2972 REPRODUCCIONES, 672 SEGUIDORES EN 16 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 41, 29 MEGUSTA, 09 ME ASOMBRA, 02 ME ENTRISTECE, 01 ME ENOJA, 16 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 240 P.</p>	<p>16 VECES COMPARTIDOS, REPORTAJE INCIDENTE AUTOMOTOR, RE PRODUCCION CELULAR CON MARCA DE AGUA CRONICA CUENCA.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCEOS-CRÓNICAS, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas ME GUSTA, me ASOMBRA, ME ENTRISTECE, ME ENOJA, NO HAY la narración de hechos, TOMA SEGUIDA CELULAR.</p>
--	--	---	---	--	---	--	---	---

armando suquisupa



INFORMATIVO,
OPINIÓN,
INTERPRETATIVO:CR
ÓNICA, SUCESOS,
REPORTAJES
MÓVILES. A 1725
PERSONAS LES
GUSTA ESTO , A
1800 PERSONAS
SIGUEN ESTO.

<https://www.facebook.com/armando.suquisupa/videos/10213213764321459/>, TITULAR: Tres sujetos armados con revólveres asaltaron el local de venta de teléfonos celulares Movi Cell, ubicado en el centro del cantón Gualaceo.El asalto fue cometido a las 18:00 de este domingo 19 de noviembre. El accionar de los delincuentes quedó registrado en las cámaras de seguridad del mencionado local. En las imágenes se ve cómo los ladrones someten a los empleados y cómo vacían las vitrinas.El dueño del local informó que se llevaron 1.000 dólares en efectivo y 10.000 dólares en mercadería. La Policía recabó varios indicios para dar con el paradero de los maleantes. (ASnoticias)

LUNES 19 DE
NOVIEMBRE 2018,
01H21 POST-
PRODUCCIÓN, DÍA
TOMA DE MUESTRA:
29 DE NOVIEMBRE
2018.

363
REPRODUCCIONES,
CAMARA, POST
PRODUCCION,
CIERRE FICHA 29 DE
NOVIEMBRE 363
REPRODUCCIONES,
00 SEGUIDORES EN
10 DÍAS.

IMPACTOS EN
USUARIO: TODOS 27,
14 ME ENOJA, 06 ME
GUSTA, 06 ME
ASOMBRA, 01 ME
ENCANTA, 01
MINUTOS 41
SEGUNDOS TIEMPO
SUBIDA, CALIDAD
AUTOMATICA 240 P.

00 VECES
COMPARTIDOS, 00
COMENTARIO,
REPORTAJE
SUCESO CRONICA,
TOMA CON
CAMARAS.

El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado PESIMA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS-CRÓNICA, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me ENOJA, ME GUSTA, me ASOMBRA, ME ENCANTA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.

<p>christian sanchez m/0969724764/https://e c.linkedin.com/in/christi an-sanchez-m- 0ab22387</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCEOS, REPORTAJES MÓVILES. A 3653 PERSONAS LES GUSTA ESTO . A 3700 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/christianelmercurio/videos/1972990202761417/, TITULAR: Atención: sujeto que robó en un local de celulares en #Azogues; y que también robó en la heladería Formace, en #Cuenca, al parece robó igualmente en una tienda en el Chorro y Héroes de Verdeloma, en Cuenca. Ayude a localizarlo.</p>	<p>JUEVES 29 DE NOVIEMBRE 2018, 06H21 POST- PRODUCCIÓN; DÍA TOMA DE MUESTRA: 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>3900 REPRODUCCIONES, CAMARA, POST PRODUCCION, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 3900 REPRODUCCIONES.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 27, 13 ME ENOJA, 11 ME GUSTA, 03 ME ASOMBRA, 03 MINUTOS 43 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P.</p>	<p>82 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIO, REPORTAJE SUCESO CRONICA, TOMA CON CAMARAS.</p> <p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BUENA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCEOS-CRONICA, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA VIDEO, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me ENOJA, ME GUSTA, me ASOMBRA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.</p>
<p>IVAN QUEZADA/ 098 715 8502</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCEOS, REPORTAJES MÓVILES. A 4059 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 4150 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/IQperiodismo/video/s/716235462068429/, TITULAR: Requisa a turistas franceses en el sector de El Cajas, entrada a #Cuenca Acaso no hay un protocolo para unidades de turismo ? Ecuador Traveling - Viajes y Turismo en Ecuador Municipio Cuenca Visit Cuenca Ecuador Video: Diego Puma</p>	<p>SABADO 17 DE NOVIEMBRE 2018, 12H58 POST- PRODUCCIÓN; DÍA TOMA DE MUESTRA: 20 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>70000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA IVAN QUEZADA PERIODISMO IQ PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 82000 REPRODUCCIONES, 12000 SEGUIDORES EN 12 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 270, 125 ME ENOJA, 83 ME GUSTA, 39 ME DIVIERTE, 22 ME ASOMBRA, 01 ME ENCANTA, 01 MINUTOS 15 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P.</p>	<p>894 VECES COMPARTIDOS, 307 COMENTARIOS, REPORTAJE SUCESO VIAJEROS EXTRANJEROS AUTOBUS, TOMA CON CELULAR.</p> <p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCEOS-CRONICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME DIVIERTE, me ENOJA, ME ENCANTA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.</p>

PERIODISTAS MÓVILES INDEPENDIENTES: RECORD DE REPRODUCCIONES COMPARTIDOS Y COMENTARIOS MUESTRA MESES OCTUBRE-NOVIEMBRE 2018.

PERIODISTAS DIGITALES MÓVILES-CUENCA 26 DE NOVIEMBRE 2018.

PERIODISMO MÓVIL, ENLACE FAN PAGE FACEBOOK.	GÉNERO PERIODÍSTICO, IMPACTO SEGUIDORES Y ME GUSTA.	MUESTRA NOTICIA, URL VIDEO FAN PAGE, TITULAR-LEAD	FECHA SUBIDA RED, FORMATO, LOCALIZACIÓN	REPRODUCCIONES RED, OBJETO CONVERGENCIA, PERIODISTA-EMISIÓN-PROGRAMA.	REACCIONES CONSUMIDORES, PRODUCTO AUDIOVISUAL RED, CALIDAD SUBIDA RED.	COMPARTIDOS Y COMENTARIOS EN LA RED	OBSERVACIONES/ANÁLISIS DE RESULTADOS:
<p>RED INFORMATIVA/ 098 708 1003 https://www.facebook.com/RedInformativaCuenca/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CRÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 96027 PERSONAS LES GUSTA ESTO, A 125079 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/RedInformativaCuenca/videos/936994696505768/ TITULAR/LEAD: Fuerte lluvia provocó inundaciones en la parroquia El Valle.</p>	<p>VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 19H26 POST-PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>26000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA JAMIL BUSTAN RED INFORMATIVA REPORTAJE. PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 33383 REPRODUCCIONES, 7383 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 319, 216 MEGUSTA, 83 ME ASOMBRA, 19 ME ENTRISTECE, 01 ME DA RISA, 01 MINUTOS 20 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 240 P.</p>	<p>268 VECES COMPARTIDOS, 11 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA CRÓNICA ROJA-SUCESOS.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, me ME ASOMBRA, me ENTRISTECE, ME DA RISA, la narración de hechos es realizada por un periodista.</p>

<p>Prensa Virtual/ https://www.facebook.com/PrensaVirtual/ Llamar 099 503 2179 m.me/PrensaVirtual, Descripción, Medio de Comunicación de noticias desde Cuenca, categorías, Medio de comunicación/noticias</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCECOS, REPORTAJES MÓVILES. A 94810 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 123127 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/PrensaVirtual/videos/520874301710721/ TITULAR/LEAD: Una menor de edad herida y tres en riesgo por intento de incendio de una vivienda. Ciudadanos denunciaron que en lugar viven presuntos antisociales, ellos se defendieron.</p>	<p>VIERNES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 15H00 POST- PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>22000 REPRODUCCIONES, CAMARA, PERIODISTA LILLYANA YANEZ RED INFORMATIVA PUBLICACIONES, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 26000 REPRODUCCIONES, 4000 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 252, 183 ME GUSTA, 47 ME ASOMBRA, 14 ME ENTRISTECE, 05 ME ENOJA, 02 ME ENCANTA, 01 ME DA RISA, 02 MINUTOS 05 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 360 P.</p>	<p>189 VECES COMPARTIDOS, 25 COMENTARIOS, REPORTAJE ENTREVISTA A IMPLICADOS SUCESO, TOMAS PROPIAS.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCECOS, el objeto para realizar la convergencia una CAMARA, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ASOMBRA, me ENTRISTECE, ME ENOJA, IME ENCANTA, ME DA RISA, la narración de hechos es realizada por un periodista.</p>
<p>INCIDENTES CUENCA/ 096 968 8149/MARIO SISALIMA https://www.facebook.com/IncidenteCuenca/</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO: CR ÓNICA, SUCECOS, REPORTAJES MÓVILES. A 20874 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 22277 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>NO HAY PUBLICACIONES NUEVAS, NO PROVOCA TENDENCIA INFORMATIVA.</p>	<p>NO HAY PUBLICACIONES NUEVAS, NO PROVOCA TENDENCIA INFORMATIVA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>NO HAY PUBLICACIONES NUEVAS, NO PROVOCA TENDENCIA INFORMATIVA, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 00 REPRODUCCIONES, 00 SEGUIDORES EN 20 DÍAS.</p>	<p>NO HAY PUBLICACIONES NUEVAS, NO PROVOCA TENDENCIA INFORMATIVA.</p>	<p>NO HAY PUBLICACIONES NUEVAS, NO PROVOCA TENDENCIA INFORMATIVA.</p>	<p>NO HAY PUBLICACIONES NUEVAS, NO PROVOCA TENDENCIA INFORMATIVA, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>

<p>ECO NOTICIAS 099 218 0795 / https://www.facebook.com/EconoticiasE/</p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 54021 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 57970 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/EconoticiasE/videos/735700290125429/ TITULAR: ECO NOTICIAS ECUADOR/LEAD: #Atención.Agentes de la Dinapen del Azuay, detuvieron con fines investigativos al ciudadano Carlos C., de 49 años, por presunta violación a su hija. El hombre fue detenido en la urbanización Santa Sofía y fue trasladado a la Zona de Aseguramiento Transitorio @SoloNoticias593</p>	<p>MIERCOLES 15 DE NOVIEMBRE 2018, 01H49 POST-PRODUCCIÓN, COMPARTIDO, @SoloNoticias593, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>4100 REPRODUCCIONES, REPRODUCCIÓN CELULAR CAPTURA CIUDADANO, NO HAY COBERTURA PERIODISTICA, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 4492 REPRODUCCIONES, 392 SEGUIDORES EN 14 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 46, 37 MEGUSTA, 25 ME ENTRISTECE, 03 ME ENOJA, 02 ME ASOMBRA, 22 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 240 P.</p>	<p>14 VECES COMPARTIDOS, 01 COMENTARIOS, REPORTAJE INFRAGANTI AGENTES DINAPEN AZUAY CAPTURAN CIUDADANO, TOMAS PROPIAS CAMARA CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS-CRÓNICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ENTRISTECE, me ENOJA, ME ASOMBRA, IME ENCANTA, ME DA RISA, NO HAY la narración de hechos.</p>
<p>cronica Cuenca/ 0981592194/ivan velesaca https://www.facebook.com/cronicacuencal/</p>	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 23254 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 25193 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/cronicacuencal/videos/209914983234767/ TITULAR: CRONICA CUENCA/LEAD: Viernes 16 de noviembre del 2018. La tarde de ayer funcionario del CRSTuri en #Cuenca fue hallado muerto en el taller de carpintería. El cadáver fue trasladado al Centro Forense donde será practicado la autopsia de ley para confirmar las causas del deceso. Aquí más detalles con Rocío Piquisal de turno</p>	<p>JUEVES 16 DE NOVIEMBRE 2018, 00H07 POST-PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 26 NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>4500 REPRODUCCIONES, REPRODUCCIÓN CELULAR VIDEOS Y AUDIOS DE REPORTERO IVAN VELESACA, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 5264 REPRODUCCIONES, 764 SEGUIDORES EN 13 DÍAS.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 61, 40 MEGUSTA, 11 ME ASOMBRA, 09 ME ENTRISTECE, 01 ME ENOJA, 22 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 360 P.</p>	<p>40 VECES COMPARTIDOS, REPORTAJE SUCESO CRS TURI, RE PRODUCCION CELULAR CON MARCA DE AGUA CRONICA CUENCA.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado BAJA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS-CRONICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ASOMBRA, me ENTRISTECE, ME ENOJA, NO HAY la narración de hechos.</p>



<p>armando suquisupa</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÚNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 1725 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 1800 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.com/armando.suquisupa/videos/10213255789332058/, TITULAR: Gigantesco pesebre en la Catedral de Cuenca, creado por el sacerdote Jimmy Arias, de la Diócesis de Loja. La obra está compuesta por 1.400 piezas, de las cuales 600 tienen movimiento que recrean las características del pueblo donde nació Jesús. Estará expuesto hasta el 6 de enero.</p>	<p>DOMINGO 25 DE NOVIEMBRE 2018, 19H39 POST-PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 29 DE NOVIEMBRE 2018.</p>	<p>435 REPRODUCCIONES, CAMARA, VIDEO COMPARTIDO, CIERRE FICHA 29 DE NOVIEMBRE 435 REPRODUCCIONES</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 52, 36 ME GUSTA, 14 ME ENCANTA, 01 ME DIVIERTE, 01 ME ASOMBRA, 03 MINUTOS 31 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMATICA 360 P.</p>	<p>00 VECES COMPARTIDOS, 02 COMENTARIOS, REPORTAJE TEMPORADA NAVIDAD, TOMA CON CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado PESIMA cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje TEMPORADA NAVIDAD, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME ENCANTA, me DIVIERTE, ME ASOMBRA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.</p>
--	--	--	--	--	--	---	---

<p>christian sanchez m/0969724764/https://e c.linkedin.com/in/christi an-sanchez-m- 0ab22387</p> 	<p>INFORMATIVO, OPINIÓN, INTERPRETATIVO:CR ÓNICA, SUCESOS, REPORTAJES MÓVILES. A 3653 PERSONAS LES GUSTA ESTO , A 3700 PERSONAS SIGUEN ESTO.</p>	<p>https://www.facebook.c om/christianelmercurio/ videos/1999739393419 831/, TITULAR: Cerca de las 17:00 de ayer en la vía #Gualaceo-Plan de Milagro-Limón, en el kilómetro (km) 37, se observó este ejemplar de tapir andino. Video: @cesitarfoja. De acuerdo con el biólogo Hari González @hariwan1979, el tapir andino es uno de los mamíferos herbívoros más grandes de nuestras estribaciones, afectado fuertemente por la cacería ilegal. Según @hariwan1979, el nombre científico de esta especie es tapirus pinchaque, y es una suerte admirar nuestra hermosa fauna andina sin necesidad de la cacería y siempre y cuando nos mantengamos alejados sin perturbarla</p>	<p>MARTES 18 DE DICIEMBRE 2018, 07H36 POST- PRODUCCIÓN, DÍA TOMA DE MUESTRA: 18 DE DICIEMBRE 2018.</p>	<p>17000 REPRODUCCIONES, CAMARA, VIDEO COMPARTIDO.</p>	<p>IMPACTOS EN USUARIO: TODOS 417, 302 ME GUSTA, 87 ME ENCANTA, 24 ME ASOMBRA, 04 ME ENTRISTECE, 01 MINUTOS 11 SEGUNDOS TIEMPO SUBIDA, CALIDAD AUTOMÁTICA 240 P.</p>	<p>334 VECES COMPARTIDOS, 44 COMENTARIOS, REPORTAJE SUCEO TAPIR EN AUTOPISTA, TOMA CON CELULAR.</p>	<p>El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCEOS- CRONICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME DIVIERTE, me ENOJA, ME ENCANTA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.</p>
--	---	---	--	---	---	---	--

IVAN QUEZADA/ 098
715 8502



INFORMATIVO,
OPINIÓN,
INTERPRETATIVO:CR
ÓNICA, SUCESOS,
REPORTAJES
MÓVILES. A 4059
PERSONAS LES
GUSTA ESTO , A
4150 PERSONAS
SIGUEN ESTO.

<https://www.facebook.com/IQperiodismo/video/s/327116917877717/>,
TITULAR: Ponga ud el
titular ...

LUNES 26 DE
NOVIEMBRE 2018,
13H28 POST-
PRODUCCIÓN; DÍA
TOMA DE MUESTRA:
26 DE NOVIEMBRE
2018.

6000
REPRODUCCIONES,
CAMARA,
PERIODISTA IVAN
QUEZADA
PERIODISMO IQ
PUBLICACIONES,
CIERRE FICHA 29 DE
NOVIEMBRE 7200
REPRODUCCIONES,
1200 SEGUIDORES
EN 03 DÍAS.

IMPACTOS EN
USUARIO: TODOS
270. 125 ME ENOJA,
83 ME GUSTA, 39 ME
DIVIERTE, 22 ME
ASOMBRA, 01 ME
ENCANTA, 01
MINUTOS 15
SEGUNDOS TIEMPO
SUBIDA, CALIDAD
AUTOMATICA 240 P.

894 VECES
COMPARTIDOS, 307
COMENTARIOS,
REPORTAJE
SUCESO VIAJEROS
EXTRANJEROS
AUTOBUS, TOMA
CON CELULAR.

El ejemplo denota que los usuarios consumen videos mucho más cuando son transmitidos en vivo, en particular este caso ha ganado EXCELENTE cantidad de reproducciones y seguidores con este reportaje SUCESOS-CRONICA, el objeto para realizar la convergencia una CELULAR, el impacto en los consumidores demuestra porcentajes divididos con mas me GUSTA, ME DIVIERTE, me ENOJA, ME ENCANTA, No hay la narración de hechos, video compartido de otro usuario.

Tesis Aprobada
Msc. Diego Jesus R. [Signature]



Análisis y situación actual del Periodismo Móvil en Cuenca, alcances y connotación en los usuarios que consumen estos productos comunicacionales.

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

issuu.com

Fuente de Internet

1%

2

machalamovil.com

Fuente de Internet

<1%

3

Submitted to Univ. de Deusto

Trabajo del estudiante

<1%

4

atinachile.cl

Fuente de Internet

<1%

5

Submitted to International Baccalaureate
Ministry of Education of Ecuador

Trabajo del estudiante

<1%

6

sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com

Fuente de Internet

<1%

7

www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec

Fuente de Internet

<1%

8

Submitted to Universidad de Deusto

	Trabajo del estudiante	<1 %
9	addi.ehu.es Fuente de Internet	<1 %
10	ambar.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad Estatal a Distancia Trabajo del estudiante	<1 %
12	Submitted to Universidad San Francisco de Quito Trabajo del estudiante	<1 %
13	Submitted to University of Southampton Trabajo del estudiante	<1 %
14	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Esumer Institucion Universitaria Trabajo del estudiante	<1 %
16	aplicaciones.ccm.itesm.mx Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Unidad Educativa Monte Tabor Nazaret Trabajo del estudiante	<1 %
18	idus.us.es Fuente de Internet	<1 %

19	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1 %
20	www.ull.es Fuente de Internet	<1 %
21	lanacion.com.ar Fuente de Internet	<1 %
22	world.silk.co Fuente de Internet	<1 %
23	www.inforpressca.com Fuente de Internet	<1 %
24	www.eluniversal.com Fuente de Internet	<1 %
25	ccp.ucr.ac.cr Fuente de Internet	<1 %
26	www.bce.fin.ec Fuente de Internet	<1 %
27	palabraclave.unisabana.edu.co Fuente de Internet	<1 %
28	www.lunartcorp.com Fuente de Internet	<1 %
29	noungi.ru Fuente de Internet	<1 %

www.revistaadbia.com.ar

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



CENTRO DE IDIOMAS

RESUMEN

El periodismo móvil, la nueva forma convergente de comunicar por parte de los periodistas de Cuenca. Lo multimedia mediante conectividad y uso del Smartphone para informarse es lo último. Datos y sucesos provocan noticia al instante, los productos comunicacionales que consumen usuarios de la red es primicia o precisión; la inmediatez de los hechos y de quien la emite provoca ubicuidad el impacto de compartir sucesos, es estar en todo lado a la vez, ahora con nueva tendencia en redes sociales populares.

Los ciudadanos con dispositivos móviles difunden cualquier acontecimiento, por eso es necesario realizar una investigación bajo la línea del Periodismo Digital, el proceso de exploración y determinación del periodismo móvil será de carácter fundamentalmente cualitativo, para entender su definición, analizar la aparición de nuevos periodistas móviles independientes dentro del contexto periodístico, y descubrir con que objetos, plataformas y demás aplicaciones se realiza ejercicio periodístico móvil.

PALABRAS CLAVES: PERIODISMO MÓVIL, PERIODISMO DIGITAL, INMEDIATEZ, MULTIMEDIA, CONVERGENCIA, UBICUIDAD.





CENTRO DE IDIOMAS

ABSTRACT

Mobile journalism, the new convergent way of communicating by journalists in Cuenca. Multimedia through connectivity and use of the Smartphone to be informed is the latest. Information and events provoke news instantly, the communication products that users of the network consume is scoop or precision; the immediacy of the facts and the one who issues causes ubiquity of the impact of sharing events, it is to be everywhere at once, now with a new trend in popular social networks.

Citizens with mobile devices broadcast any event, so it is necessary to conduct a research under the line of Digital Journalism, the process of exploration and determination of mobile journalism will be primarily qualitative, to understand its definition, analyze the emergence of new mobile independent journalists within the journalistic context, and discover with what objects, platforms and other applications a mobile journalistic exercise is carried out.

KEYWORDS: MOBILE JOURNALISM, DIGITAL JOURNALISM, IMMEDIACY, MULTIMEDIA, CONVERGENCE, UBIQUITY.

Cuenca, 12 de febrero del 2019

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO


DR. JOHN CARVAJAL GONZALEZ
SECRETARIO





UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

Cuenca, 26 de febrero del 2019

Doctor

Ernesto Robalino Peña

DECANO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

Su despacho,

Edgar Vicente Cordero Coellar docente de la Carrera de Ciencias de la Información y Comunicación Social de la Universidad Católica de Cuenca, en mi calidad de tutor del estudiante ORELLANA ORDOÑEZ SEGUNDO PATRICIO con el número de cédula 0102156593; correspondiente al Trabajo de Investigación titulado “: ANÁLISIS Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO MÓVIL EN CUENCA, ALCANCES Y CONNOTACIÓN EN LOS USUARIOS QUE CONSUMEN ESTOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES”, informa a usted que, dicho trabajo de investigación ha sido realizado de acuerdo a los parámetros, disipaciones legales y reglamentarias de esta casa de estudios superior.

De conformidad con el artículo 10 literal d, del Reglamento de la Unidad de Titulación de Grado y programas vigentes, emito mi criterio favorable para que se proceda a la sustentación y defensa del presente trabajo de investigación.

La nota obtenida corresponde a este trabajo de investigación es de 50/50 puntos, Adjunto el certificado del Sistema Anti plagio Turnitin, suscrito por MsC Diego Illescas Reinoso, responsable del Departamento de Investigación de la carrera. Es todo cuanto puedo informar respecto a mis labores como tutor de la mentada estudiante.

Atentamente,

Lcdo. Edgar Vicente Cordero Coellar, Mgs.

TUTOR

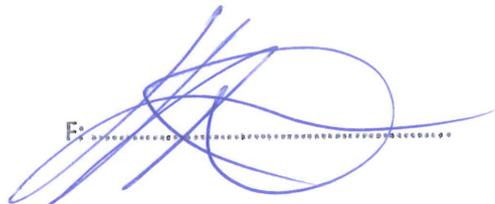




PERMISO DEL AUTOR DE TESIS PARA SUBIR AL REPOSITORIO
INSTITUCIONAL

Yo, ORELLANA ORDÓÑEZ SEGUNDO PATRICIO portador(a) de la
cédula de ciudadanía N° 0102156593 En calidad de autor/a y titular de los derechos
patrimoniales del trabajo de titulación
"ANÁLISIS Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO MÓVIL EN CUENCA,
ALCANCES Y CONNOTACIÓN EN LOS USUARIOS QUE CONSUMEN ÉSTOS
PRODUCTOS COMUNICACIONALES. ARTÍCULO CIENTÍFICO" de
conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los
Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de
Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra,
con fines estrictamente académicos, Así mismo; autorizo a la Universidad para que realice la
publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo
dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 26 DE FEBRERO 2019.

E: 



SOLICITUD PARA:

Beca o ayuda económica, Justificación de faltas, Justificación de pruebas, Justificación de trabajos, Justificación de lecciones, Justificación de prácticas, Licencia eventual, Examen postergado, Examen supletorio, Segunda matrícula, Tercera matrícula, Matrícula especial, Matrícula extraordinaria, Record académico, Hojas certificadas, Examen suficiencia, Tutorías, Rectificación de nombres, Malla curricular, Reposición de título, Otros

Fecha: 18 de Septiembre 2018
 Dirigido a: Dr. Ernesto Robalino Peña, Magister
Decano de la Unidad de Ciencias Sociales, Periodismo, Derecho
 Solicitante: 0102156593 Segundo Patricio Orellana Ordóñez
 Carrera: Ciencias de la Información y Comunicación Social.
 Año/Ciclo: Septiembre 2018 / Febrero 2019 Paralelo: "A" Nocturno
 Asunto: Solicito a usted y por su intermedio al Consejo Directivo la aprobación de mi Diseño de Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de "Licenciado en Ciencias de la Información y Comunicación Social", con el Título: "Análisis y situación actual del Periodismo Móvil en Cuenca, alcances y connotación en los usuarios que consumen estos productos comunicacionales." / Artículo Científico

 Solicitante

Constancia de Presentación.- Fecha: _____

Hora: _____

Resolución: _____



18 SEP 2018

RECIBIDO

HORA: _____ FIRMA: [Firma]

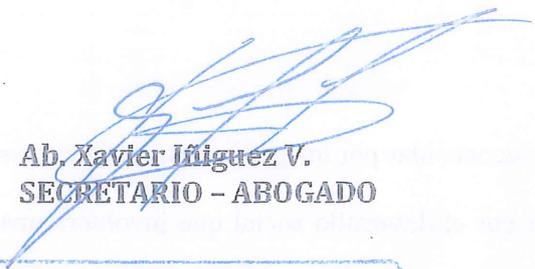
Valor \$ 5,00

Nº **0128962**



VISTA LA PRESENTE SOLICITUD, EL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO EN SESIÓN REALIZADA EL 04 DE OCTUBRE DE 2018. RESUELVE APROBAR EL PERFIL DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL SR. (A): **SEGUNDO PATRICIO ORELLANA ORDÓÑEZ**, TÍTULO: ANÁLISIS Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO MÓVIL EN CUENCA, ALCANCES Y CONNOTACIÓN EN LOS USUARIOS QUE CONSUMEN ÉSTOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES. ARTÍCULO CIENTÍFICO, TUTOR: MSC. EDGAR CORDERO COELLAR.

Cuenca, 05 de octubre de 2018


Ab. Xavier Iñiguez V.
SECRETARIO - ABOGADO





**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO,
INFORMACIÓN Y DERECHO**

CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL

**DISEÑO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL.**

TÍTULO:

**Análisis y situación actual del Periodismo Móvil en Cuenca, alcances y connotación en
los usuarios que consumen éstos productos comunicacionales.**

Artículo Científico

AUTOR: ARQ. SEGUNDO PATRICIO ORELLANA ORDÓÑEZ.

TUTOR: MSc. LCDO. EDGAR CORDERO COELLAR

FECHA: 2018-07-17

1.2 TEMA.

Periodismo Digital y Periodismo Móvil.

1.3 TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

Análisis y situación actual del Periodismo Móvil en Cuenca, alcances y connotación en los usuarios que consumen éstos productos comunicacionales.

1.4 MARCO CONTEXTUAL.

El Periodismo Móvil cada vez toma más importancia como nueva conducta de comunicar por parte de los periodistas en la ciudad objeto de estudio. En este mundo globalizado por las Tecnologías de la Información y Comunicación, los datos y sucesos provocan noticia al instante, la inmediatez está al orden del día y sólo se necesita de un teléfono inteligente para difundir cualquier momento, por lo tanto, es necesario realizar una investigación exploratoria bajo la línea del Periodismo Digital.

Este trabajo busca conocer, actualizar y recomendar al nuevo periodista digital; estar al tanto de los conceptos y procesos tecnológicos que sumados al innato profesionalismo fomentará nuevas bases para destinos adecuados en periodistas móviles que realizan transmisiones desde y hacia la ciudad, este producto comunicacional tendrá luego repercusión informativa dentro del contexto periodístico.

La investigación se limita al espacio geográfico de Cuenca, es la tercera ciudad más poblada del país, con un 10.9 por ciento en analfabetismo digital, es decir no han utilizado Internet, computadora o teléfono celular en el 2016. (INEC, Ecuador en Cifras 2016). Este mismo estudio determina que el 69.4 por ciento de los cuencanos utiliza ciberespacio y otro porcentaje el 57.1 de ciudadanos posee una cuenta en redes sociales, consignado a Facebook como la más utilizada con el 98.3 por ciento de consumidores.

El proceso de exploración y determinación del Periodismo Móvil será de carácter fundamentalmente cualitativo con alcance de fuentes y muestras cuantitativas. Éstas condiciones promueven conocer sus temas principales como: su concepto y definición dentro del contexto

periodístico; con qué objetos y plataformas se puede hacer periodismo móvil; sólo lo inmediato es periodismo móvil, o también se puede pre-producir y producir una noticia para luego subirla a la red.

Tal vez existen normas de conducta básicas para hacer Periodismo Móvil y presentarse ante los usuarios del Internet; el propósito es comprender la forma de agrupar todos los elementos del lenguaje audiovisual que conllevan a la convergencia de información y comunicación; en consecuencia, examinar si los profesionales en comunicación que están activos en la red, realizan el periodismo móvil acorde a principios básicos, ética y Ley de Orgánica de Comunicación vigentes en el país.

El Periodismo Móvil es una nueva forma de comunicar adoptada por muchos periodistas en el planeta, por eso es necesario conocer que está sucediendo y de qué manera se está informando y comunicando mediante dispositivos móviles en Cuenca, por eso el diagnóstico propuesto será la mejor manera de conocer este fenómeno comunicacional.

Es indudable la avalancha tecnológica que se vive, entonces el periodismo móvil ha logrado quedarse, y se convierte en el nuevo comportamiento digital que prefieren los profesionales en información, a éste distinto periodismo convergen todos los medios comunicacionales posibles para sus prácticas en investigación, por lo tanto hay diferentes eventos dispuestos dentro de las composiciones periodísticas, es necesario pensar que están consumiendo los usuarios de información, sobre todo lo que sucede en tiempo real. Entonces hablaremos de “MOJO, Mobile Journalism” el Periodismo Digital.

El Mobile Journalism –MoJo- es el comúnmente llamado periodista multimedia. En español, podemos identificar como Periodista o Reportero móvil (ReMo). Como ya es natural, este profesional está capacitado para enviar una crónica desde un ordenador portátil, hacer fotos, filmar una entrevista, actualizar sus blogs, grabar audio, editar un vídeo y colgarlo directamente en la Web del medio. El término fue acuñado en 2005, por profesionales del Grupo Gannet (editores de USA Today) y no ha hecho más que expandirse, pese a la reticencia de algunos profesionales, que se cuestionan el hecho de por qué tienen que hacer un trabajo que antes lo hacían tres o cuatro personas. (Vivar, 2009, pág. 8)

El presente y futuro del Periodismo Móvil se relaciona cada vez más en todos los asuntos informativos que almacenamos de los celulares. Es imperante el deseo de todo periodista en informar primero y mejor, simultáneamente la noticia e inmediatez están al orden del día; todo esto confirma la necesidad de saber más y tratar de dominar la tecnología que se brinda para estos fines, podemos decir que esta nueva disciplina se concreta al instante, es decir con las primicias que da el mundo en la era digital.

Los periodistas digitales como se ha dicho están generando nuevos contenidos en información y comunicación debido a teléfonos inteligentes o Smartphone, así que lo importante es saber cómo lo están realizando y que tan efectiva se convierte la noticia que están generando para sus usuarios; avanzando en nuestro razonamiento se busca que el producto se complemente con novedosas aplicaciones audiovisuales en redes sociales, en consecuencia provocar tendencia informativa inmediata y eficaz desde Cuenca para todo el mundo que se conecte a la red de Internet.

Las TIC's se presentan como las responsables de proveer mecanismos de convergencia necesarios para articular una multiplicidad explosiva de nuevas fuentes de producción y circulación de información, de mensajes y programas. Se multiplican ad infinitum las representaciones virtuales a través de las experiencias multimediáticas, recreando entornos y contextos diferentes teniendo al individuo como eje central de la experiencia perceptiva. El fenómeno de la convergencia deja de ser solamente técnico para tornarse en múltiples procesos de convergencia social, cultural y política. (Vizer, 2011, pág. 31)

Cabe destacar las transformaciones producidas al momento del acceso a fuentes, es decir los usuarios participan más; sin embargo no lo hacen de la forma adecuada, recordemos que no todos los ciudadanos son periodistas, por eso viene esta deformación en información conocida como el "periodismo ciudadano", para comprender mejor nadie puede prohibir que los usuarios suban sus notas a la red, es importante reclamar que el periodista convierta como suyo este espacio, lo más importante el informador debe capacitarse profesional y tecnológicamente para éste cometido.

Definitivo los contenidos informativos evolucionan, así por ejemplo el tiempo de respuesta es el feedback con los usuarios que todos esperan, sobre todo es evidente lo rápido e instantáneo que los mensajes se personalizan, en síntesis, esta propuesta es participativa y convergente

unifica los escenarios multimedia como resultado los usuarios requieren información breve y de fácil comprensión.

El Periodista Móvil se vuelve un profesional multitarea, si bien antes desempeñaba sus funciones en la oficina de redacción, en la actualidad el profesional tiene un amplio panorama y conocimiento no sólo en redacción y estilo, sino también de preproducción, producción, grabación y edición para realizar productos comunicacionales que conforman el fragmento audiovisual que se observa en la red.

Justificación

Los informadores actuales, es decir los recién graduados o quienes están insertos hace rato en la labor periodística, precisamente prescinden de las tradicionales salas de redacción, las cuales estaban por ejemplo para empezar llenas de hojas, teletipos, faxes, periódicos de papel, grabaciones de audio digitales o mecánicas, tampoco requieren de cintas de video, y finalmente de ciertos permisos especiales como salvoconductos para acceder a las fuentes de información, mientras que con la llegada del noble teléfono inteligente esa antigua sala se reduce a un solo dispositivo móvil.

En la nueva ecología de medios, otros han optado por el desarrollo de aplicaciones nativas para sus servicios. Finalmente, también hay quienes se han decidido pensar sus proyectos desde una mirada mobile first esto es: pensando prioritariamente en audiencias móviles. Es claro que, si se piensa primero en la movilidad, los procesos de trabajo cambian, al igual que la producción creativa y el desarrollo del contenido. (Irigaray F. , 2015, pág. 24)

El usuario cuencano es tecnológico y actual en plataformas de información, no tiene que esperar que su mascota le traiga el periódico por la mañana, tampoco necesita estar pegado con el oído y vista al horario de emisión noticioso tanto de radio como televisión, es más no necesita de la energía eléctrica para saber qué pasa, todo viaja y transmite por la gran red interconectada del Internet, el celular inteligente es un emisor-receptor de datos inteligente en la mano y navegando con la otra es una central de información multimedia, ahí se juntan los elementos de hipertexto y audiovisuales requeridos para armar el producto comunicacional, sumado a eso hay interactividad con otros usuarios, sistema comunicacional que no existía con los conocidos medios tradicionales.

A que parte del mundo llegará una noticia, se desconoce, por lo tanto, hay que ser cuidadoso con lo que se publica en redes sociales, el editor en información debe conocer en lo mínimo caja de aplicaciones y herramientas móviles, dominar terminología utilizada en la jerga de Internet para difundir información, saber cómo hacer un streaming Facebook live y crónica en tiempo real, en concreto aplicado para periodistas móviles.

El razonamiento para llevar a cabo la transmisión se necesita dos componentes, el Internet con su poderoso alcance y un componente inalámbrico, producto en el mercado de venta designado teléfono inteligente, Smartphones, Tablet, etc. Ahora se puede decir el que posea este aparato de tecnología solventará la media gama en adelante, en realidad lo cual respalda tecnológicamente la cobertura móvil y sus alcances en la red.

El periodista debe tener claro tres valores agregados: La presencia de la cobertura de la noticia con audio, video y texto. Tener continua comunicación con las audiencias móviles y de redes sociales. Y por último tener el contexto de la cobertura, esto incluye identificar los espacios y las personas cercanas a lugar de los hechos, ya que aportan substancialmente a la redacción de la noticia. (Irigaray F. , 2015, pág. 42)

A continuación, el avance del corresponsal móvil es crear una red social media en periodismo móvil y relaciones públicas activas en el net working, más el apoyo de contactos o fuentes y relaciones constantes tanto físicas como virtuales, que concretan en las adecuadas gestiones con otros profesionales actualizados en diversos temas periodísticos y todo acontecer; como resultado aprovechar el contenido móvil expuesto al máximo del potencial profesional.

La articulación de estrategias cross-media basadas en la capacidad demostrada de los dispositivos móviles de generar nuevos escenarios de consumo y nuevas audiencias, de integrarlos con la funcionalidad de las redes sociales para la creación de imagen de marca y como mecanismo complementario de distribución y descubrimiento de productos, y de canalizar la fidelidad de los públicos y la percepción de calidad demandada de la imagen de marca hacia estrategias de monetización convencionales. (Aguado, 2014, pág. 9)

Se debe agregar el saber acerca de los alcances de la web 2.0, actuar bajo los principios básicos en marketing digital ventas y publicidad para redes sociales sus publicaciones promociones y límites, es conveniente que el periodista móvil también posea dotes de Community Manager y otros trabajos virtuales que se ofrecen, en fin hay mucho por conocer todavía porque la tecnología avanza rápidamente cada segundo.

Al finalizar para alcanzar seguidores del Periodismo Móvil, es ventajoso estar al tanto de plataformas comunicacionales útiles para celulares en la red, propias para generar y difundir noticia, obtener actitudes favorables en planificación y pre-producción de productos comunicacionales para coberturas móviles en vivo, tener responsabilidad ética y aplicación de buenas prácticas periodísticas en todos los ámbitos.

La precisión informativa en tiempo real otorga a quien este emitiendo esa noticia un poder de acogida en usuarios, por eso es importante que el Periodista Móvil se apropie de estas coberturas, para la ocurrencia de este acontecimiento todos los elementos comunicacionales digitales concurren al dispositivo inteligente ya sea Android u iPhone, y de ahí a la gran red dónde instantáneamente, al subir la nota el usuario decide si la hace tendencia o aplica un dislike.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

¿De qué manera los periodistas reflejan la forma de comunicar en Periodismo Móvil, sus características y alcances de productos comunicacionales en la red?

1.6 OBJETO DE ESTUDIO.

El Periodismo Digital.

1.7 CAMPO DE ACCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Las formas de comunicación del periodismo móvil.

1.8 LINEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA.

El presente proyecto de investigación se desarrolla en el marco de la línea de investigación de “Periodismo Digital” en cumplimiento de las disposiciones que rigen en el documento “Lineamientos para el diseño de trabajos de titulación de las carreras de Economía, Derecho, Trabajo Social y Periodismo”.

Así lo señala el reglamento de Graduación y Titulación de Tercer Nivel de la Universidad Católica de Cuenca en el artículo 9 y manifiesta que “El estudiante desarrollará el trabajo de investigación siguiendo la metodología de la investigación científica de acuerdo a los lineamientos que le entregará por escrito la Unidad Académica” (Castillo, 2017, p.1).

1.9 OBJETIVO GENERAL.

Analizar la situación actual del Periodismo Móvil en Cuenca, sus alcances y connotaciones en los usuarios que consumen éstos productos comunicacionales.

1.10 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a.- Caracterizar al Periodismo Móvil en Cuenca.
- b. -Recopilar información relevante sobre la connotación en usuarios del Periodismo Móvil en Cuenca.
- c.- Conocer sobre el uso adecuado de aplicaciones en teléfono inteligente para Periodismo Móvil.
- d.- Generar un artículo científico sobre periodismo móvil.

1.11 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El presente proyecto de investigación tiene sustento metodológico cualitativo, basado en el estudio de las cualidades del fenómeno en estudio, se utilizará la técnica de estudios de casos, características, fuentes, datos y alcances de la cobertura de noticias para periodistas móviles en

la red, conocer su expresión y sus necesidades del Periodismo Móvil que describen sobre la nueva forma de comunicar, también tiene enfoque bibliográfico que consiste en la revisión digital de material bibliográfico relativo al problema de estudio, constituye el paso principal de recopilación y selección de fuentes de información, y es exploratoria porque nos permite una visión amplia y general, de tipo aproximado, respecto a una determinada realidad, este tipo de investigación se realiza porque el concepto de Periodismo Móvil es poco explorado y reconocido, a través de entrevistas a profundidad se conocerá más de cerca a esta nueva forma de hacer periodismo.

1.12.- EL MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN.

Periodismo Móvil es un criterio nuevo del Periodismo Digital, en la actualidad tanto periodista y usuario recurren al celular como objeto tecnológico inteligente para informar; al ser nuevo este concepto de periodismo, todavía no tiene una definición clara.

En el mundo de la tecnología multimedial se le conoce como periodismo público, donde existe participación del usuario, todo contenido se transforma en interactivo el tiempo que se desea, entonces el avance es comunitario y de servicio, en otras palabras se convierte en una nueva alternativa para comunicar, donde las fuentes están abiertas, y se vuelve bidireccional, es la respuesta virtual que todos desean. Periodismo ciudadano se puede plantear por tanto, como la información suministran, administran los ciudadanos al mundo del cyberperiodismo. Entonces es fuente y por ende total contribución.

“La democratización de las herramientas, el abaratamiento de la tecnología y el software libre han permitido a los ciudadanos crear su propio contenido e informarse entre ellos, sin necesidad de la financiación o el respaldo de una gran empresa mediática”. (Espitirusanto, 2011, pág. 6)

Desde que apareció el teléfono celular el 3 de abril de 1973, y desde la primera llamada su creador Martín Cooper (Parra, 2008) “comenzó así la era de la telefonía móvil” (pág. 269), todo cambió con éste suceso, conviene subrayar que para ese tiempo el aparato pesaba cerca de un kilogramo y servía para llamadas y mensajes, momentos primarios, luego vienen innovadoras tecnologías móviles para segunda, tercera, cuarta y actual quinta generación en fase de desarrollo.

Periodismo participativo: El acto de un ciudadano, o grupo de ciudadanos, jugando un papel activo en el proceso de recolección, informar, analizar y diseminar noticias e información. La intención de esto la participación es proporcionar independencia, confiable, preciso, amplio, información relevante que una democracia requiere. (Bowman, 2003, pág. 9)

Existe controversia entre la aparición del periodismo ciudadano y el periodismo móvil. “Periodistas en movilidad son todos los periodistas. Sin embargo, el Smartphone como herramienta de trabajo puede ayudar a conseguir una cobertura periodística inmediata y rica en recursos en situaciones no previsibles, fuera de agenda” (Barbosa, 2012, pág. 21).

En el transcurso del artículo científico se detecta que no existe un análisis profundo del teléfono móvil dentro del estudio de las Ciencias Sociales y Periodismo, a pesar que desde la última década se vive la explosión funcional del celular. “La producción científica alrededor de dicho dispositivo inalámbrico se ha centrado en los últimos años principalmente en dos ámbitos generales: el estudio del móvil como fenómeno sociológico y, últimamente, su uso como plataforma comunicativa” (Rodríguez, 2013, pág. 16)

(Scolari, 2008) “La comunicación ha sido vista sucesivamente como canal, instrumento, flecha, proyectil conflicto, contrato, orquesta, espiral o red. Cada una de estas metáforas configura las percepciones preguntas y métodos del investigador. (pág. 25) . Continuando con el análisis, el mundo actual del segundo a segundo en información es muy amplio y cuidadoso a la hora de causar impacto con productos comunicacionales varios y sus respectivos alcances acerca del poder en tendencia y seguidores en las redes sociales, el cual es el estilo más aceptado en el mundo de la publicidad por Internet.

Lo importante es conocer cómo crece esta red de nuevos comunicadores, este fenómeno potencia del poder de informar, a continuación algunos ejemplos de panorama mundial. En la actualidad atravesamos un proceso de infomorfosis. Definimos la infomorfosis como el proceso de cambio que están teniendo los mensajes informativos u otro tipo de contenidos de información, independientemente del soporte Web, podcast, blogs, telefonía, etc., (Flores Vivar, 2009).

En la comprensión de lo que es el nuevo periodismo móvil, el actualizado profesional en comunicación debe romper la barrera de lo tradicional, donde las nuevas olas de información y conocimiento se imponen, (Irigaray F. &, 2011)“Los periodistas no podemos seguir siendo tan clásicos, el nuevo rol de conversar con los usuarios, gestionar aportaciones y explorar nuevas formas de narrar, abren las puertas para muchos perfiles, cada uno especializado en el mundo de la producción periodística” (pág. 30).

Actúa es inmediato, comunica a dos manos y a un solo click. Tanto del Internet, como de la tarjeta de crédito, también de un rápido servicio para navegar el dispositivo móvil es apto para transmitir en vivo las nuevas intenciones de comunicar, por eso las fronteras no existen en el periodismo móvil, debe estar preparado para todo.

En el adelanto del estudio sobre la actualidad del periodismo móvil, es adecuado comprender que sucede en Ecuador, por ejemplo Susana Morán en un mapeo que realizó Fundamedios escribe acerca de los medios nativos digitales en el país y sostiene hay “aproximadamente 60 medios de este tipo... de sus resultados se desprende que en el país se hace periodismo en internet desde las cuatro regiones del país, con equipos mínimos o que pasan la docena, con recursos ajustados y deudas, pero con esfuerzos extraordinarios: más de uno ha pasado por la tentación de cerrar (Moran, 2015, pág. web).

Existen estadísticas que afirman cada vez la necesidad de estar en el mundo informativo ecuatoriano, “datos de 2014 del MINTEL demuestran que desde 2006 la penetración de telefonía móvil subió del 63.2% al 111,20%. En redes sociales, solo en Facebook en Ecuador existen 7 millones de usuarios. A nivel mundial, si Facebook fuera un país sería el tercero más grande del mundo con 1.280 millones de personas” (COSEJO DE REGULACION Y DESARROLLO DE LA COMUNICACION, 2015, pág. web).

Existen varios escenarios y usos disponibles dentro de la Web para que un actualizado comunicador potencialice su rendimiento digital y realce rapidez, inmediatez y la calidad de su trabajo (pág. web). En un actual estudio de comunicación realizado por Patricio Peralta (2017) para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador afirma que “...el periodismo móvil es la del multimedia storytelling porque al igual que la narrativa transmedia, su principal característica es crear contenidos en diferentes plataformas acorde a su lenguaje” (Peralta 2017 pág. 37).

En esta parte del marco teórico se sustentan cómo los periodistas en nuestro país están trabajando en el nuevo contexto comunicacional, es bueno comentar que crece la avalancha por informar, en esta perspectiva Christian Espinosa, es visionario en el campo de la COBERTURA DIGITAL.com y especializado en periodismo móvil, en una entrevista digital a un diario de la ciudad de Ibarra ubicada al norte del país, sostiene que “ahora desde que te levantas las fuentes están presentes y tu obligación es conectar con ellas durante todo el tiempo y no limitarse a una publicación. Antes el objetivo del periodismo era publicar ahora es conectar” (Cifuentes, 2013, pág. web).

Las costumbres cambian, y el celular te despierta y hasta organiza la jornada, la primera actitud e impulso al levantarse un ser humano se transforma, nos conectamos movilizándonos a todo lado, pensando en saber que tiene que informarnos el celular, dependemos de él.

El nuevo periodista en primera instancia es polivalente, todoterreno y versátil, en segundo momento es multiformato tras y frente al dispositivo y todas las Tics disponibles y existe un tercer componente donde tiene que profundizar y ser preciso en contrastar y explicar lo que pasa, así sostiene (Andueza, 2014) “el periodista de hoy en día necesita serlo 24 horas, 7 días a la semana, y gracias a los dispositivos móviles podrá ser así, siendo capaces de informar audiovisual- mente en un breve espacio de tiempo de lo que es noticia” (Andueza 2014 pág. 599) .

El éxito para un periodista es amplio si aplica el uso adecuado del Smartphone para nuevos modelos informativos donde la información es hipermultimediatca y personalizada. Calvanilhas (2013) por ejemplo sostiene la conjunción multimedial de lo anteriormente dicho en “la portabilidad, la ubicuidad o la utilización personal,...con capacidades de multimedialidad, hipertextualidad, y la interactividad facilitada por los altos niveles de usabilidad” (pág. 25).

Cuál es la receta para atraer visualizaciones y usuarios en las redes con carácter periodístico, se dice entonces que el protagonista siempre será el periodista, lo que no se ve no se vende era antes, al modo actual lo que no se sube a la red no existe.

Según datos de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), los abonados que cuentan con Servicio Móvil Avanzado (SMA) superan los 14 millones de usuarios, hasta abril del año 2016.

Pero es necesario destacar que SMA es conocido como un servicio de telecomunicaciones que permite a usuarios comunicarse mediante voz, mensajes de texto, video llamada, Internet, todo de manera inalámbrica a través de teléfonos inteligentes de media gama en adelante como soporte, mientras que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para un análisis del 2015 en hogares ecuatorianos registra que el 89,5 tenía un teléfono inteligente para informarse (Información, 2017, pág. web).

Los nuevos datos que informa la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones sirve para ubicar el nivel, cada vez se suman como ya se mencionó más abonados al Servicio Móvil Avanzado para destacar en la publicación se resume que “46,4% de usuarios del Servicio Móvil Avanzado poseen un Smartphone.

En Ecuador existen 8,1 millones de cuentas de internet móvil. La tenencia de internet móvil ha crecido desde 2010 en 46 puntos: de 2.4% a 48,7%. 11 de cada 100 niños, de entre 5 y 15 años, posee un teléfono móvil activo, y de ellos 6 usan un Smartphone (Telecomunicaciones, 2017, pág. web).

Lo anteriormente dicho demuestra el boom de acogida para informar que está activo para ser alimentado, como conclusión con el uso del teléfono inteligente, el periodista debe estar a la vanguardia de nuevos usuarios y las capacidades de acogida en los nuevos escenarios, como recomienda Juan Varela (2011) “el cyberperiodismo no necesita grandes redacciones, pero sí organizaciones flexibles, rápidas, expertas, potenciadas con algoritmos sociales y tecnológicos, herramientas digitales y criterio social “ (pág. 109).

Es interesante como aumentan los datos de personas que poseen y usan teléfonos inteligentes, para una población de 16'714.929 de ecuatorianos y sumado a lo descrito con los resultados del El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) se publicó 8'482.236 personas tienen celular, 4'484.087 Smartphones, también las cifras demuestran que la mayoría de teléfonos inteligentes 2'267.696 está en manos de las mujeres, otras características explican

que ecuatorianos entre 25 y 34 años usan más Smartphones, con 1'285.329 (Ciudadano, 2017, pág. web).

Para el 2016 con los datos que están publicados en la página de Ecuador en cifras 9 de cada 10 hogares poseen al menos un teléfono celular, también el 38,0% usó Internet como fuente de información, y el 31,5% lo utilizó como medio de comunicación en general, en Azuay 5 de cada 10 personas tiene teléfono celular activo.

Más datos que aportan a la investigación exploratoria del fenómeno en estudio, son los que ubican a la tenencia de teléfonos inteligente en 2015 era del 37,7 % y sube al 52,9 % para el 2016 con celular activado, de aquí como edad modal la que comprende de 25 a 34 años el 79,3% poseen un teléfono inteligente.

Para finalizar el analfabetismo digital existe no todos estamos conectados, es un error del periodista pensar que llega con su mensaje móvil a todo el mundo y en todo lado, antes con los medios masivos se difunde el producto comunicacional en los formatos análogos y luego tal vez queda, en el recuerdo de la audiencia, ahora hay inmediatez y registro digital que permanece en el perfil del productor del nuevo producto comunicacional digital en la red, más datos del INEC denotan que el 11,5% de la población son analfabetas digitales.

Es indudable el poder de las redes sociales, el periodista en lo posible debe tener dos momentos en su transformación móvil, el primero crear el branding o marketing digital del nombre del nuevo perfil del periodista móvil en comunicación, y la otra acción de mutación digital es generar y potenciar el fanding o empoderamiento que da el usuario a la marca móvil, los seguidores que provoca el usuario pasa de la fama del momento y tending a la formación en información con precisión y contraste lo que da peso a su publicación, ahí los usuarios recomiendan esta publicación con otros usuarios afines o no, pero si es bueno el común de los usuarios sabe distinguirlo.

Las redes sociales tampoco es popular y preferida como vía para difundir noticias en la red, en al aumento de argumentos más datos digitales publicados, indican que 4'224.984 tienen redes sociales con el 25,28 % del total de población (Censos, 2016, pág. web).

La fuerza en comunicación que hay desde el celular como eje de convergencia en la red y sus alcances, provoca que los periodistas conozcan sobre información de Tecnologías de la Información y Comunicación actualizada, sumar cobertura y equipamiento, tener acceso y uso fácil del computador, poseer internet y celular para ser Productor, y saber del análisis y formulación de nuevos productos comunicacionales, lograr resultados efectivos acorde a la inmediatez del tiempo de información desde celular.

Los planes de cobertura al futuro en telefonía celular en el país hasta el año 2021 serían de un 98% de cobertura poblacional para tecnología celular de 2G y 3G y el 80% de 4G para 2021 según proyecciones, con esta perspectiva los dispositivos inteligentes y portables alcanzan en los usuarios el poder satisfacer necesidades de conectividad dotados con mayores velocidades y conexión, más la gran capacidad de procesamiento y almacenamiento que adquiere cada dato e información cada segundo, como consecuencia el uso de Smartphones provoca en la población del periodismo móvil diversas ventajas y nuevas conductas en la economía, en medida que industrias, bancos y comercio en general, se benefician por bajos costos de operación al brindar servicios con soluciones móviles, aquí un nicho para brindar servicio de información móvil de primera (Censos, 2016, pág. web).

Según el blog especializado en marketing, social media, Mobile, rentabilidad y management Formación General publica datos con respecto al ranking en redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en Ecuador, por ejemplo, se mantiene que para una población de 13,2 millones promedio de usuarios conectados a Internet al 2016.

La principal puerta de entrada navegación y búsqueda es Google, el consultor par el estudio Juan Pablo Del Alcázar Ponce (2017) mantiene que “en términos de redes sociales, Facebook mantiene el liderazgo con 11 millones de usuarios, seguidos por Instagram, LinkedIn, y Twitter. Todas estas redes utilizadas desde dispositivos móviles” (pág. web). En la misma publicación a enero del 2017 se incrementan los datos con respecto al ranking de las aplicaciones con más descarga para sistemas operativos tanto Android como Apple, estas son Whatsapp, Messenger y Facebook.

En un estudio realizado sobre los panoramas de los medios en Ecuador afirma. Según las cifras del Ministerio de Telecomunicaciones, 5 millones de ecuatorianos acceden al servicio

de Internet móvil con mayor velocidad y calidad desde el reciente despliegue de la tecnología 4G de las dos principales operadoras Claro y Movistar

Todo proceso de investigación, reúne condiciones como una consistente búsqueda bibliográfica, networking, enlaces, alianzas, y demás temas, datos, informaciones, entrevistas de profundidad y demás formas que se relacionen con periodismo móvil en Cuenca, los resultados son escasos todavía en datos y fuentes, por eso este artículo científico tiene como objetivo ubicar el diagnóstico y características del periodismo móvil cuencano.

Al ser portable la comunicación mediante celular el periodista debe estar preparado para todo, de manera previa proveerse de la mayor cantidad de información en todas las plataformas posibles, sumar los géneros periodísticos adecuados para enmarcar el contexto profesional de la noticia, promover una actitud profesional efectiva de difundir productos audiovisuales en redes sociales, el impacto puede ser reproducido o luego subirlo, también sirve para coberturas en vivo.

Esta suma de requisitos nombrados, da como resultado una exposición ante la opinión pública, donde se enfrentan cada segundo: ¡periodismo móvil vs periodismo ciudadano, triunfador el primero, gana con knock out técnico, es profesional!

En el mercado de la oferta y demanda por Internet existen aplicaciones para celulares con los sistemas operativos Android e IOS, la lista es completa y multimedial, la gama de posibilidades en adquisición también es infinita, se obtienen gratuitos con descargas y otros en pagos con tarjeta de crédito, se enlazan y crean redes multiplataforma de navegación y pagos.

En resumen como debe un periodista móvil subir los productos comunicacionales a la red, se recomienda que posea cuentas en: Blog, Perfil Facebook personal, Fan page, Google+, Twitter, Instagram, Chanell Youtube, etc., con las cuales la conexión a fuentes nacionales o internacionales es inmediata, gestionar todo el tiempo entrevistas y monitorear los acontecimientos de todo lo que pasa.

El actual Periodista Móvil, se caracteriza por hacer transmisiones en vivo de noticias vía Streaming, Ustream, Livestream, Bambuser, Utrailme, etc, todas gratuitas, que más el soporte

de seguidores y fans en perfiles de Facebook, y Facebook live, la ecuación de cobertura crece en forma geométrica con los usuarios que se pueden sumar a la campaña de periodismo móvil.

Se puede pagar con tarjeta las miles de vistas que se deseen por día, ahora el cliente mediante un Google analytics por ejemplo puede saber cuántas personas en verdad le dieron un like, dejaron un comentario, y compartieron dichos productos.

Los productos audiovisuales también están acompañados de la hipertextualidad que es la forma de enlazar los leads de la notas con abanicos y aún sólo click de otras búsquedas relacionadas con la información subida en la red.

El impacto puede ser mundial depende de los lectores digitales activos en otros celulares, cuya meta es captar más usuarios en los buscadores de noticias realizadas por periodistas móviles.

Entonces el resultado de lo que propone este artículo científico es conocer las características del Periodismo Móvil delimitado el contexto de estudio a Cuenca, como ya se había mencionado en el marco contextual, tanto en la selección bibliográfica, así como con el valioso apoyo de las fuentes de información y los nuevos aportes de periodistas que incursionan en este reto, estas premisas brindan los resultados del análisis exploratorio realizado.

La técnica para sondear a los periodistas móviles se concentra, para agrupar esta tendencia informativa se recurre entonces a realizar un registro en todas las plataformas virtuales de los periodistas que están subiendo productos comunicacionales mediante el uso de celular móvil en la ciudad de Cuenca, es visible encontrarlos en los diferentes buscadores para sitios web de transmisión online, cabe destacar que se eliminaron dentro del análisis a los medios que aún trabajan bajo el periodismo tradicional.

Con este antecedente los medios de información masivos quedan relegados y pertenecen a todo lo que había en comunicación antes de la tecnología web 2.0, estos dejan de brindar por ejemplo los modernos privilegios de respuesta e interactividad.

Como conclusiones se trata de homogenizar el conocimiento y la nueva capacidad del profesional móvil para subir productos comunicacionales en la red ya sea en tiempo real o al

momento que lo decida, la cobertura será en lo posible inmediata eso formula las cinco p: producto comunicacional, posicionamiento, precisión , primicia y publicidad, en resumen la presentación final en la red, es la constancia por parte del usuario en datos e información, mantiene fundamentos básicos del periodismo tradicional como ética y comportamiento de un comunicador social dentro del ejercicio profesional.

El dispositivo móvil es vivir la información desde otra plataforma, es sentir el universo paralelo de la misma información, donde todos pueden ser corresponsales, depende del periodista móvil ahora hacer respetar el derecho a una información respetuosa en todos los fundamentos legales y éticos que rigen dentro del Ecuador.

En lo esencial este artículo académico sirve para crear periodismo móvil con: información hipermultimedial contrastada, independencia del periodista para la cobertura de los hechos en vivo y producidos, generar tendencia y seguidores de contenidos informativos subidos a la red, provocar marketing digital de impacto; dar trato imparcial a los protagonistas, ellos también tienen sus impactos e impresiones, ser ético y veraz porque descubre una realidad social la verdad hipermultimedial, es de carácter bidireccional la respuesta es inmediata multimedial, el usuario de la red puede aportar la primera información del periodista móvil, se debe desterrar del mundo de la información profesional para redes al periodista ciudadano que no está preparado en la academia de forma previa, si se hacen bien las cosas los productos son aceptados por las audiencias en la red y elijen apoyar con publicidad, en fin hay tantas posibilidades escoja ya la suya o todas, al final el periodista cuencano debe estar ya preparado para periodismo móvil.

1.13. HIPÓTESIS O IDEAS A DEFENDER EN LA INVESTIGACIÓN.

La forma de comunicar en los periodistas cambió con el surgimiento del teléfono móvil. Actualmente los productos comunicacionales son los seguidos en la red.

1.14 MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN.

El presente proyecto de investigación tiene sustento metodológico en el enfoque cualitativo con técnicas de observación, análisis de contenidos sobre el tema, entrevistas en profundidad con expertos en la materia, y exploratoria donde se realiza una ficha de descripción de componentes

de los productos comunicacionales, y con técnica de revisión bibliográfica del análisis de los autores y publicaciones digitales relativos al tema.

1.15 POBLACIÓN Y MUESTRA.

Los sujetos sociales que serán investigados son los periodistas móviles de Cuenca. Para este proceso investigativo se realizará un mapeo de quienes realizan actividades de periodismo móvil, su ubicación, el uso del espacio publicado en las redes sociales y la diversidad de contenidos que se diversifican en la red.

Para proceder con el trabajo se deberá investigar sólo en la ciudad de estudio, puesto que luego de hacer la revisión bibliográfica, los datos obtenidos determinan que las fuentes primarias son periodistas que vienen haciendo periodismo móvil en el territorio nacional y la ciudad, personajes relevantes y expertos en temas específicos.

Una vez reconocidos los periodistas móviles, se procederá a realizar entrevistas de profundidad a los peritos en periodismo móvil, con quienes se ejecutará la cobertura de respuesta a preguntas directamente relacionadas al tema y tratados a profundidad. Además, se registrará todas las experiencias de pre producción y producción del encuentro periodístico.

1.16. CRONOGRAMA DE TAREAS.

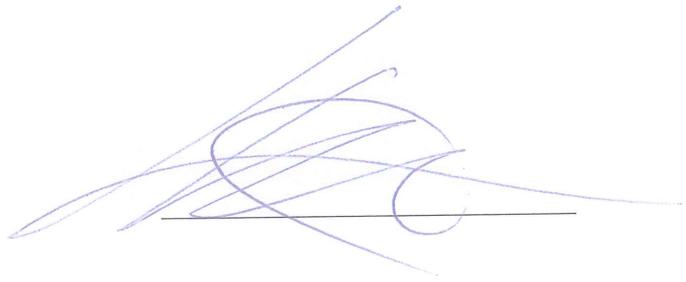
Calendario	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes4	Mes 5	Mes 6
Actividades	Septiembre 2018	Octubre 2018	Noviembre 2018	Diciembre 2018	Enero 2019	Febrero 2019
Revisión y selección de la información bibliográfica de las teorías y conceptos.						
Elaboración de la fundamentación teórica.						
Entrevistas Fuente Fundamental tecnología Smartphone para periodismo móvil.						
Entrevistas Fuente Fundamental del periodismo móvil.						
Análisis periodistas móviles cuencanos en la red.						
Análisis periodistas móviles cuencanos en la red.						
Análisis periodistas móviles cuencanos.						
Entrevistas a profundidad con fuentes primarias usuarios del periodismo móvil.						
Entrevistas a profundidad con fuentes primarias usuarios del periodismo móvil.						
Elaboración del informe final de investigación.						
Elaboración del informe final de investigación.						
Presentación del informe final en la secretaría de la Unidad Académica.						
Sustentación individual ante un tribunal de grado.						

Bibliografía:

- Aguado, J. M. (2014). *Innovar cuando todo cambia. El valor disruptivo de la tecnología móvil en la industria de la información*. Murcia, España.
- Andueza, M. &. (2014). *El móvil como herramienta para el perfil del nuevo periodista*. Madrid, España.
- Barbosa, M. &. (2012). *El IDI y el EES*. Madrid, España: Visión Libros.
- Bowman, S. &. (2003). *We Media*. Stanford, California, USA: The Media Center at The American Press Institute.
- CORDICOM. (08 de Enero de 2015). *COSEJO DE REGULACION Y DESARROLLO DE LA COMUNICACION*. Obtenido de www.cordicom.gob.ec:
<http://www.cordicom.gob.ec/retos-y-tendencias-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-2015/>
- Canavilhas, J. (2011). *El nuevo ecosistema mediático*. Madrid: index.comunicacion.
- Canavilhas, J. (2013). *Modelos informativos para aparatos móviles*. Portugal.
- Censos, I. N. (15 de Enero de 2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación*. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- Cifuentes, R. (10 de Octubre de 2013). *Diario el Norte, Diario Regional Independiente*. Obtenido de www.elnorte.ec: <http://www.elnorte.ec/tendencias/christian-espinoza-el-hombre-le-hace-inteligente-a-un-telefono-audio-EWEN42699>
- Ciudadano, E. (14 de septiembre de 2017). *el ciudadano sistema de información oficial*. Obtenido de www.elciudadano.gob.ec: <http://www.elciudadano.gob.ec/en-ecuador-las-mujeres-son-quienes-mas-usan-telefonos-inteligentes/>
- Crucianelli, S. (2013). *Herramientas digitales para periodistas*. Austin, Texas: Knight Center for Journalism in the Américas.
- Del Alcazar Ponce, J. P. (22 de 02 de 2017). *usuarios de internet y redes sociales Ecuador Julio 2017*. Obtenido de blog.formaciongerencial.com:
<http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- Espirusanto, O. (2011). *Periodismo Ciudadano Evolución Positiva de la Comunicación*. Madrid: Ariel.
- Flores Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar* 33, XVII, 77-83.
- Gallo, D. (2018). *Periodismo Móvil*. Barcelona: Gaceta. (MarcadorDePosición1)

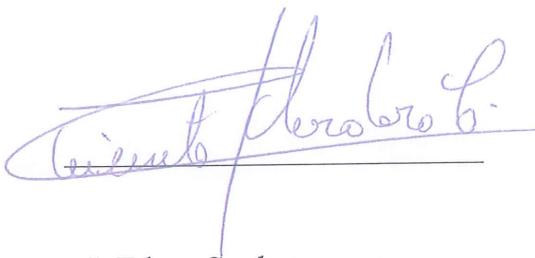
- Gherke, M. L. (2016). *Panorama de los Medios en Ecuador*. Bonn, Germany: Deutsche Welle.
- Gherke, M. (2016). *Panorama de los Medios en Ecuador*. Bonn, Germany: Deutsche Welle
- Información, M. d. (10 de octubre de 2017). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Obtenido de www.telecomunicaciones.gob.ec: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/telefonía-ecuador-tiene-más-de-14-millones-de-abonados-al-servicio-móvil-avanzado/>
- Irigaray, F. &. (2011). *Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: convergencias redes y móviles*. Rosario, Argentina: Laborde libros Editor.
- Irigaray, F. (2015). *Reflexiones Móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Moran, S. (31 de Agosto de 2015). *www.fundamedios.org*. Obtenido de Fundamedios expresión de libertad: <http://www.fundamedios.org/el-auge-de-los-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- Parra, D. (2008). *Textual, & Visual Media 2*. Madrid, España: Biblioteca Nueva. Obtenido de http://textualvisualmedia.com/images/revistas/02/14_parra.pdf
- Peralta, P. (2017). *Nuevas Narrativas del Periodismo Móvil*. Quito, Ecuador: Tesis.
- Periodismo, C. d. (05 de Octubre de 2013). *Clases de periodismo.com*. Obtenido de www.clasesdeperiodismo.com: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/10/05/35-excelentes-herramientas-para-un-periodista-digital/>
- Pichihua, S. (02 de julio de 2018). *www.clasesdeperiodismo.com*. Obtenido de <http://www.clasesdeperiodismo.com>: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2014/06/27/experiencias-destacadas-de-videoreporterismo-movil/>
- Rodríguez, A. S. (2013). *Los retos del periodismo en la era de la movilidad*. Zaragoza, España: Asociación de Periodistas de Aragón.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa.
- Telecomunicaciones, A. d. (08 de Agosto de 2017). *Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones*. Obtenido de www.arcotel.gob.ec: <http://www.arcotel.gob.ec/464-de-usuarios-del-servicio-móvil-avanzado-poseen-un-smartphone/>
- Varela, J. (2011). *Periodismo mutante*. Madrid: Telos.
- Vivar, J. M. (2009). *Perfiles Profesionales para los nuevos medios*. Tenerife, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Vizer, E. A. (2011). *El sujeto móvil de la aldea global. Tendencia en la sociedad mediatizada*.

Cuenca, 17 de Julio de 2018



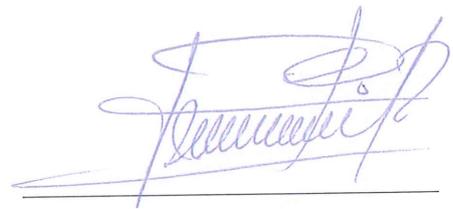
Arq. Segundo Patricio Orellana Ordóñez

Investigador



MsC. Edgar Cordero.

Tutor



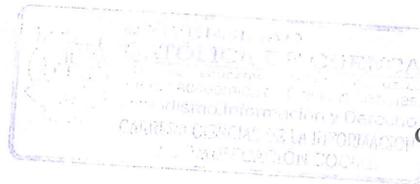
MsC. Diego Illescas Reinoso

Responsable de

Investigación de la Carrera

de Ciencias de la Información

y Comunicación Social.



Fecha: 17 de Julio de 2018

Asesor Jurídico

Unidad Académica Ciencias Sociales, Periodismo, Información, y Derecho.

Aprobado en sesión del H. Consejo Directivo de fecha: _____