



TEMA:

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

MODALIDAD COMPLEXIVO: ENSAYO REFLEXIVO

AUTOR: AURA ALCÍVAR

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
PERIODISMO DIGITAL

COORDINADOR DE TITULACIÓN: HÉCTOR BUJANDA

ABRIL 2024

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

A lo largo de los años la comunicación ha venido afrontando varios cambios dentro del área comunicacional, modificaciones que se han llevado a cabo gracias al avance tecnológico, el internet, la disponibilidad de la información y la facilidad con que todos los seres humanos podemos ser comunicadores, al momento de compartir una información. Es por eso que nace, en la autora, la necesidad de iniciar sus estudios en Maestría de Comunicación, con mención en Periodismo Digital en la Universidad Casa Grande, para de esta forma, aprovechar los conocimientos impartidos y adaptarlos en su área de trabajo.

La autora de este ensayo en la actualidad ocupa el cargo de Gerente Operativa en la empresa TVNet Lago, donde bajo su cargo está el departamento de comunicación con un canal televisivo denominado TVNet Lago Visión canal 3. En donde está capacitándose constantemente en temas relacionados con los avances del mundo digital para estar a la vanguardia e innovación del mundo comunicacional.

En base a este avance, se han desarrollado varios espacios donde comunicamos diversos tipos de información tanto de interés social, político, económico o simplemente un espacio donde damos a conocer a personajes.

Sin embargo, la constante necesidad de los medios de comunicación de obtener mayor alcance y ser el “boom” del momento, hace que se presente ante la audiencia contenidos donde la empatía es casi nula y en muchos casos, violan la integridad de las personas y tergiversan la información en busca de una mayor interacción.

La nueva era de la comunicación con empatía es un enfoque que reconoce la importancia de comprender y conectarse con las emociones, preocupaciones y necesidades de los demás en el proceso de comunicación. Dentro de las características claves de esta nueva era tenemos: escucha activa, comunicación inclusiva, claridad, transparencia y adaptabilidad.

En resumen, la nueva era de la comunicación con empatía se centra en crear conexiones genuinas y significativas con los demás, promoviendo el entendimiento mutuo, la colaboración, el bienestar colectivo e información responsable.

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

Es importante destacar algunos valores que representan a la nueva era de la comunicación: la empatía. Esta se convierte en una cualidad humana tan vital pero que frecuentemente se la deja pasar por alto, sin tomar en cuenta que los tiempos van cambiando, y conforme esto sucede la mentalidad de las personas también tienen otra perspectiva. La empatía se extiende más allá de las palabras y gestos, se enfoca en tener la capacidad de comprender y resonar con las emociones y experiencias de los demás, adoptando diferentes criterios para un objetivo común. Gracias a la empatía, se puede construir relaciones auténticas y significativas en un mundo diverso.

Con este breve enfoque, se contextualiza a la empatía como “la capacidad de comprender los sentimientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar” (López, 2014, pág. 17); en base a esta orientación se resalta la empatía vista desde el panorama de la sociedad, en especial de las mujeres. Por años, las mujeres han sido consideradas como vulnerables y débiles, haciéndolas sentir menos ante la sociedad y crear estereotipos que perjudiquen su crecimiento. La comunicación busca influir de forma correcta y aplicar soluciones parciales que permitan llegar con el mensaje claro a las personas adecuadas, de una manera diferente, entreteniéndolas y educando al público. Es por ello, que la autora propone en el proyecto del caso 1, considerar el programa Buenos Días TVNet, el mismo que es transmitido por la empresa TVNet Lago en el horario de lunes a viernes, a las 11h00 a 12h00. Este programa es un magazine de entretenimiento, direccionado a personas jóvenes y adultas. En este proyecto, la propuesta se basó en incrementar dinámicas que permitan hacer un segmento de mayor entretenimiento para la audiencia, a través de estrategias de comunicación efectiva, apta para el espacio mencionado y que le permitan permanecer en una posición de competencia, segmentado contenidos a la preferencia de la audiencia, llenando las expectativas y posicionarse en la mente de quienes observan la programación.

Dentro de este proyecto, se aplicó el storytelling que consiste en describir como una narrativa atrapante de sucesos, con un mensaje final que deja un aprendizaje o concepto. El objetivo es lograr una mayor audiencia (Sánchez,

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

2019), es decir más vistas y reproducciones, pero también causar un efecto en las personas que escuchan, ven o leen.

La siguiente propuesta que se trabajó fue basada en el eje de periodismo digital, en esta propuesta se tomó en consideración el interés de crear una programación enfocada netamente en las mujeres, considerando llegar a formar un entorno empático y equitativo. Esto fue debido a que en Sucumbíos no existe uno como tal que permita que las mujeres den a conocer sus ideales y ser un aporte a la información sobre sus derechos.

Haciendo hincapié al diseño del arquetipo de “Hablemos de mujeres”, requiere una marca identificativa y que lo represente como tal y así mismo permita gestionar sentimientos y emociones humanas, por eso, se optó por una identificación femenina. El diseño del arquetipo debe ser cuidadosamente considerado para asegurar que refleje la diversidad y complejidad de las experiencias y roles de las mujeres en la sociedad (Gago, 2019). Esto implica representar una amplia gama de voces, experiencias y perspectivas, evitando estereotipos limitantes y presentando a las mujeres como sujetos activos y empoderados en lugar de objetos pasivos.

Por otra parte, en el caso 3 del proyecto, la autora se enfoca en el proyecto televisivo de Hablemos de mujeres en TVNet 3, está direccionado en un programa dirigido a mujeres en sus diferentes roles. Se basa en crear una experiencia de calidad, en compañía de mujeres que nos permitan inspirar y empoderar a las mujeres a través de historias de éxito, el rol de la mujer en la sociedad y la familia, temas de violencia de género y enseñanzas. Además, garantiza un contenido relevante y diverso, siendo un espacio de entretenimiento y de información, donde tendrán la oportunidad de interactuar y participar en base a su propia experiencia.

Dentro de este proyecto se aplicó diferentes estrategias para conocer cómo llegar a la audiencia con un nuevo contenido y con nuevas propuestas, dejando enseñanzas innovadoras de la narrativa transmedia, la misma en la que se puede lograr que una audiencia se mantenga participativa y dinámica en el transcurso de la programación.

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

Las enseñanzas como tal que dejan cada uno de estos proyectos, se inclinan a demostrar que es posible crear una comunicación más empática y de beneficio para la sociedad, impulsando valores y demostrando su compromiso.

Dentro del Caso comunicación estratégica la autora del proyecto tomó en consideración diferentes aspectos sociales para llegar con un mensaje claro y conciso a la ciudadanía, sobre todo comprender el contexto de la programación que se quiere innovar para complacer y satisfacer a la audiencia e incrementar las visualizaciones.

Dentro del análisis de los aprendizajes obtenidos en las materias de Reputación Digital, Creación de Contenidos y Storytelling para el proyecto de televisión de entretenimiento "Buenos Días TVNet", la autora consideró cada detalle para generar un amplio contexto del contenido digital para plasmar

Dentro del amplio contexto del contenido digital, la autora resalta la programación desde todos sus ángulos, para llegar a todo el público posible. En la gestión proactiva de la reputación digital se puede obtener un aprendizaje crucial del entorno mediático actual donde las redes sociales y otras plataformas digitales tienen un impacto significativo en la percepción pública (Trujillo, 2016, pág. 27). Sin embargo, la gestión de la reputación no se limita a la mera respuesta a comentarios y críticas en línea; también implica la construcción proactiva de una imagen positiva. Aquí radica un desafío crítico para proyectar una identidad auténtica y relevante para la audiencia de Buenos Días TVNet. Esto implica una gestión cuidadosa de la presencia en redes sociales, la selección estratégica de temas y el manejo de situaciones delicadas con transparencia y responsabilidad.

Por otra parte, la construcción de una comunidad digital permite fomentar la lealtad de la audiencia, también presenta desafíos en términos de gestión y mantenimiento. La interacción constante con la audiencia puede requerir recursos significativos y un compromiso constante por parte del equipo del programa. Además, existe el riesgo de que la retroalimentación y los comentarios negativos puedan afectar la percepción del programa. Por lo tanto, "Buenos Días TVNet" debe abordar este aprendizaje de manera crítica,

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

considerando cómo equilibrar la interacción activa con la audiencia mientras se preserva la integridad y la imagen del programa.

Finalmente, para un mejor enfoque del proyecto, con respecto a la enseñanza que implica lo contextualizado, la aplicación del correcto manejo de las redes sociales con un contenido adecuado y óptimo permitiría ser un buen elemento a la estrategia aplicada, de tal forma que cree un vínculo personalizado con el usuario, y que permita el acceso a las métricas del contenido para determinar el que más impresiona a la audiencia y seguirlo mejorando.

La autora busca llegar a la audiencia con un contenido de valor que involucre a la sociedad en general, en especial a mujeres con diferentes roles. Hablemos de mujeres, un proyecto que se enfocó en mostrar el papel de la mujer en la sociedad, llegando a mostrarlas como un pilar fundamental en las actividades diarias y profesionales. Se reconoce la importancia de empoderar a las mujeres y brindarles las herramientas necesarias para alcanzar su máximo potencial, por eso "Hablemos de mujeres", nace de un profundo compromiso con la igualdad de género y el fortalecimiento de las mujeres en todas las esferas de la vida.

En lo que respecta a la asignatura Diseño de Proyectos Periodísticos, esto proporcionará herramientas fundamentales para la conceptualización y planificación del programa "Hablemos de Mujeres". Los aprendizajes obtenidos en esta materia permitirían identificar temas relevantes y significativos para la audiencia femenina, así como estructurar el contenido de manera coherente y atractiva. Gracias a este enfoque, se diseñará propuestas creativas y se desarrollará estrategias de producción que resalten la diversidad de voces y perspectivas dentro de la comunidad femenina. Además, se adquirieron habilidades para la gestión de recursos, la coordinación de equipos y la evaluación del impacto del programa en la audiencia.

Los aprendizajes obtenidos en la asignatura de Empresa Informativa y Digital incluirían la identificación de oportunidades de mercado en el segmento femenino, el diseño de modelos de negocio sostenibles, la gestión eficaz de recursos financieros y humanos, y la aplicación de estrategias de marketing

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

digital dirigidas a la audiencia objetiva. Además, se exploraron formas innovadoras de generar ingresos a través de patrocinios, publicidad y colaboraciones con marcas que compartan los valores del programa en cuanto a la equidad de género y la promoción de los derechos de las mujeres.

Por otra parte, con la aplicación de las redes sociales y los diferentes contenidos generados en el programa televisivo “Hablemos de mujeres” se logró alcanzar diferentes aprendizajes fundamentales como reconocer el impacto del programa en las plataformas digitales y redes sociales. Todo se basa en la creación de contenido adaptado a diferentes plataformas, la implementación de estrategias de participación y fidelización de la audiencia en línea, y la medición de resultados a través de métricas de rendimiento y análisis de datos en base al contenido que se publicó. Con este enfoque, no solo permitió medir el alcance, sino explorar nuevas herramientas poderosas para amplificar las necesidades de las mujeres y fomentar su participación en la sociedad construyendo una comunidad en línea comprometida con los objetivos del programa.

En el caso 3, la autora destaca el proyecto televisivo para difundirlo en el canal 3 de TVNet Lago, a su vez, publicarlo en las diferentes páginas oficiales del medio. Es importante identificar el aporte al aprendizaje de cada uno de estos elementos dentro del proyecto “Hablemos de mujeres”, esto es crucial para el éxito y la efectividad del programa porque proporcionan herramientas y enfoques que permiten diseñar y ejecutar estrategias de comunicación innovadoras y efectivas, especialmente en un contexto mediático dedicado a abordar temáticas relacionadas con el género femenino.

Como parte del aprendizaje de la comunicación estratégica, está la capacidad de identificar los objetivos de comunicación del programa "Hablemos de Mujeres", así como los públicos clave a los que se dirige. Además, se implementaron habilidades para desarrollar mensajes claros y persuasivos, seleccionar los canales de comunicación más adecuados y evaluar su impacto en la sociedad. Dentro del programa, la comunicación estratégica se ha convertido en un pilar importante para tener la capacidad de

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

transmitir de manera efectiva los mensajes relacionados con la equidad de género, los derechos de las mujeres y sus experiencias.

La narrativa de transmedia “es la técnica que crea mundos narrativos en torno a un tema o personaje, desarrollando una historia en diferentes plataformas y formatos, para obtener un relato coherente y atractivo” (Scolari, 2013, pág. 17). En base a este contexto, el aprendizaje clave en esta área es la comprensión de cómo integrar de manera coherente y complementaria el contenido del programa "Hablemos de Mujeres" en diferentes formatos y canales, como la televisión, las redes sociales, los sitios web y eventos en vivo. Se aprendería a desarrollar narrativas que involucren activamente a la audiencia, fomenten la participación y la interacción, y generen un sentido de comunidad en torno a las temáticas abordadas en el programa.

Esta materia se centra en el enfoque de resolución de problemas centrado en el usuario, que busca generar soluciones innovadoras y orientadas a las necesidades y deseos del público objetivo. Un aprendizaje fundamental en este taller sería la capacidad de aplicar el pensamiento de diseño en todas las etapas del desarrollo y la producción del programa "Hablemos de Mujeres". Esto implicaría comprender en profundidad las necesidades, deseos y experiencias de la audiencia femenina, así como generar ideas creativas y viables para satisfacer esas necesidades. Se fomentaría la colaboración de la audiencia, lo que podría llevar a la generación de contenido más relevante y significativo.

El Taller de Design Thinking es “una metodología que se enfoca en la creatividad. Su objetivo es aprovechar las habilidades de los profesionales para encontrar soluciones novedosas a las necesidades de las personas y los equipos de trabajo. También pensado para la innovación estratégica de las personas” (Madrigal, 2018, pág. 22) Gracias a este enfoque, se profundizó el aprendizaje de resolución de problemas centrado en el usuario, que busca generar soluciones innovadoras y orientadas a las necesidades y deseos del público objetivo. Un aprendizaje fundamental en este taller sería la capacidad de aplicar el pensamiento de diseño en todas las etapas del desarrollo y la producción del programa "Hablemos de Mujeres". Esto quiere decir que se

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

comprende los deseos y experiencias de la audiencia femenina, generando ideas creativas y viables para satisfacer esas necesidades. Se fomentaría la colaboración de la audiencia, lo que podría llevar a la generación de contenido más relevante y significativo.

En conclusión, hay que reconocer que la sociedad actual busca estar en tendencia con la tecnología y en la nueva era: comunicación con empatía. El enfoque como tal es dejar de hacer una comunicación tradicional y empezar a proyectarse en algo diferente e innovador, novedoso para el público de varios medios. La generación de contenido debe estar centrada en compartir una idea clara y concisa, que se encargue de crear una sociedad que comprenda el papel de la mujer actual.

La autora de cada uno de los proyectos considera que a lo largo de este periodo compartió y vivió una experiencia enriquecedora, donde pudo aprovechar al máximo cada uno de los contenidos expuestos en las asignaturas, en base a un estudio puntual y analítico de los resultados obtenidos evidenciados en la interacción esperada a través de los contenidos generados en medios digitales. Los conocimientos adquiridos permitieron dar un paso a la innovación de estrategias efectivas de planificación de proyectos y creación de contenidos claves para el público, destacando uno de los sectores de la sociedad que a lo largo de los años se ha destacado en la formación de la humanidad como son las mujeres.

En cada uno de los proyectos se identificó la importancia de la aplicación de las herramientas de gestión de redes sociales, cumpliendo diferentes actividades que permitan medir el alcance e interés de la audiencia, de tal forma que ayude a recocer si cada uno de los casos realizados pudo o no tener el resultado que se esperaba. Con esto, se puede comprobar que la comunicación puede cambiar el mundo, que es lo nuevo del momento, se la puede mejorar, pero con la finalidad de buscar objetivos comunes para la sociedad, plasmando una comunicación empática y valores asociados al crecimiento personal y profesional, donde juegan puntos importantes como la redacción y edición digital, la creación de contenidos, su narrativa, el diseño de cada uno de los proyectos antes planteados. En sí, la autora culmina con

LA NUEVA ERA: COMUNICACIÓN CON EMPATÍA

habilidades que le permitan defenderse en el periodismo digital, aportando desde el lugar de su trabajo con directrices e ideas innovadoras para cambiar el mundo, cambiar la mentalidad de las personas y crear mentalidades empáticas y direccionar a la comunicación a seguir siendo parte de un proceso de innovación, esto va de la mano de la responsabilidad y compromiso, solo así se podría garantizar el desarrollo y éxito.

Referencias

Scolari, C. (2013). Narrativa transmedia. <https://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

Madrigal, G. (2018). Manual de design thinking. http://www.utsc.edu.mx/vidaEstudiantil/pdf/pdf_pades/manual_design_thinking.pdf

Trujillo, F. (2016). ¿QUÉ ES STORYTELLING?. <file:///C:/Users/Invitado/Downloads/storytelling.pdf>

Gago, D. (2019). Diseño de arquetipos. https://wiki.ead.pucv.cl/Archivo:Dise%C3%B1o_de_arquetipos_-_D.G.pdf

ANEXOS

25 DE JULIO DE 2023

Maestría De Comunicación
Con Menciones En Comunicación Digital Y Periodismo Digital

CASO 2: Eje comunicación estratégica

GRUPO

Aura Alcívar, Joselyn Santana, Paulina Rosales.

El propósito de este CASO del máster es desarrollar las capacidades para realizar una gestión comunicacional estratégica efectiva desde la mirada de la reputación digital y el Storytelling de un producto, desafío, marca o propuesta de valor periodístico o comunicacional que el estudiante presente.

Este CASO abre la oportunidad de seguir desarrollando capacidades a la hora de construir prototipos que buscan solucionar un problema o atender una necesidad real.

1. Seleccione un área en el cual se va a enfocar para innovar, captar un segmento de cliente o conseguir la solución a un problema de un producto o servicio va en marcha (si es que aún no tiene proyecto, propuesta o desafío)
2. Breve Introducción en la que destaque:
 - Problema/propuesta/solución.
 - El contexto en el se va a hacer la intervención.
 - La Importancia, novedad o relevancia.
3. Establecer un objetivo general y al menos tres
 - 3) objetivos específicos de su proyecto, propuesta o desafío.
4. Indicar cuál es su público objetivo en el se va a enfocar su proyecto, propuesta o desafío
5. Establecer v justificar los atributos (Valores Estratégicos) diferenciadores de marca, proyecto, propuesta o desafío. Materia: Reputación digital y Manejo de Crisis
6. Seleccionar el arquetipo de marca que considere apropiado. Mencionar y describir las dos principales características que lo representan y cómo están presentes en su proyecto, propuesta o desafío. Materia: Creación de contenidos y Storytelling

7. Generar una propuesta de storytelling, materializando los valores mencionados en una acción narrativa que contenga una descripción del origen, un conflicto potencial y una resolución adecuada al arquetipo elegido. Materia: Creación de contenidos y Storytelling
8. Desarrolle contenido experiencial que permita que los valores elegidos puedan ser percibidos por su público objetivo, además de establecer atributos diferenciadores de
9. proyecto, propuesta o desafío. Materia: Creación de contenidos y Storytelling Elaborar una Matriz de Riesgos Reputacionales del proyecto, propuesta o desafío

Materia: Reputación digital y Manejo de Crisis

10. Definir metas aspiracionales del proyecto, propuesta o desafío Materia: Reputación digital y Manejo de Crisis

El mundo de la comunicación es el responsable para abrir varias puertas, a través de este se crean oportunidades que permitan el desarrollo de los pueblos, y así mismo encaminar a las organizaciones y empresas a obtener una posición competitiva.

Es importante adaptarse al cambio y a la innovación, para permanecer en el mercado es necesario arriesgarse a realizar modificaciones, sin saber el resultado final; siempre y cuando los objetivos se sigan manteniendo firmes.

Dentro de la comunicación, hay que reconocer la dirección a la que se encaminan cada uno de los objetivos, para que sea con mayor eficiencia en el menor tiempo posible y facilitando las estrategias de comunicación en la organización, esenciales en el proceso.

Por esta razón, las empresas deben considerar trabajar bajo estrategias comunicacionales efectivas, este proceso permite a una empresa analizar las áreas de mejora operativa y evitar que sus objetivos se vean obstaculizados.

Uno de los términos que es importante resaltar es el Storytelling, consiste en describir como una narrativa atrapante de sucesos, con un mensaje final que deja un aprendizaje o concepto. El objetivo es lograr una mayor audiencia (Sánchez, 2019), es decir más vistas y reproducciones, pero también causar un efecto en las personas que escuchan, ven o leen.

En la aplicación de este caso, se considerará el programa Buenos Días TVNet, transmitido por la empresa TVNet Lago en el horario de lunes a viernes de 11H00 am a 12H00. Este programa es un magazine de entretenimiento, direccionado a personas adultas.

La siguiente propuesta se basa en incrementar dinámicas que permitan hacer un segmento de mayor entretenimiento para la audiencia, a través de estrategias de comunicación efectiva,

apta para el espacio mencionado y que le permitan permanecer en una posición de competencia.

El programa Buenos Días TVNet busca posicionarse en la mente de la audiencia, ser el preferido de la pantalla chica. Sin embargo, el espacio tiene algunas carencias que no le permiten llegar al 100% con su objetivo, uno de los inconvenientes que se presentan es llegar a la audiencia con un mensaje claro e idóneo, conforme a la necesidad y expectativas que ellos esperan escuchar. Esto sucede porque dentro del contenido que se realiza no es el que cotidianamente acostumbran a observar.

Objetivo General

- Segmentar contenidos en base a la preferencia de la audiencia, llenando las expectativas y posicionarse en la mente de quienes observan la programación.

Objetivos específicos

- Determinar los contenidos de preferencia de la audiencia.
- Expresar sensaciones y emociones como ideas, sentimientos, deseos.
- Identificar espacios adecuados para conectar cada uno de los segmentos del programa con el televidente, donde se convierta en la pantalla para dar a conocer la realidad del día a día de la audiencia.

Público objetivo

Amas de casa

El principal público objetivo es la mujer del hogar, aquellas que día a día buscan nuevas opciones para atender a los suyos, como es el caso de gastronomía, cuidados en la salud, opciones para lucir bien.

Las amas de casa siempre están al pendiente de alternativas para innovar y aplicar en el hogar, se encargan de incluir nuevas ideas que fortalezcan los lazos familiares.

Adolescentes

La televisión influye en todas las edades pero de manera especial en la adolescencia. Este programa va direccionado a la juventud, los temas que se abordan en el espacio permiten llegar con un mensaje claro a los jóvenes, de tal manera que les permite aprender y entretenerse a la vez.

Valores estratégicos

Se debe impresionar a la audiencia, no solo por el contenido del programa; sino también por lo que el público puede llegar a percibir. Es importante destacar los valores estratégicos que la comunicación permite impartir a través de este magazine (Díaz, 2017) Los valores estratégicos están enfocados en las convicciones o filosofía de la Alta Dirección respecto a qué nos conducirá al éxito, estos se direccionan a crear propósitos, sin importante la planificación estratégica que incluya, porque mientras los valores sean aplicados, se trabajaría con el mismo objetivo independientemente de cuál sea el plan estratégico.

Algunos de los valores que se destacan son los siguientes:

Calidad.- La calidad es uno de los elementos que todo responsable de una compañía debe tener en cuenta a la hora de desarrollar su gestión. La calidad se define como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor” (Castellanos, 2007) Es necesario que al establecer la calidad se cumpla con los requerimientos estipulados y cualidades basados en un modelo.

Ética. - La confianza es primordial en las personas, poder confiar en la programación de Buenos Días TVNet, no solo por la marca, sino por el contenido que se comparte. Estar frente a alguien que opera éticamente su empresa transmite sinceridad y compromiso por su trabajo; sobre todo demuestra la transparencia con la que se da el programa.

Es uno de esos valores universalmente determinados. Todos esperamos y necesitamos confiar en que estamos frente a alguien que opera éticamente su empresa, entiéndase con transparencia, sinceridad, compromiso con la palabra empeñada, etc.

Imagen. - El programa Buenos Días TVNet maneja estándares de calidad altos, se ha caracterizado por la imagen que muestra al televidente. Sin embargo, es un elemento que se podría mejorar y seguir cumpliendo con las expectativas de la audiencia. Los televidentes se enganchan al programa matinal porque esperan entretenerse y educarse, el mismo debe proporcionar una buena apreciación a la audiencia, tanto en el ámbito logístico como la infraestructura del lugar, no dejar de lado el personal que desempeña en la revista familiar.

Innovación.- Existen riesgos y acciones que demandan de altos costos, innovar es una opción magnífica en el programa, para brindar un contenido nuevo a la audiencia, pero no siempre es la solución a los problemas porque requiere de experimentar nuevas ideas no comprobadas. Se considera que innovar es estar en un punto crítico, que implica adelantarse frente a la competencia sin saber los resultados que se podrían obtener.

Responsabilidad.- Buenos Días TVNet es una programación que gracias al valor de la responsabilidad se ha mantenido vigente, aunque es necesario que a través de una planificación estratégica, poder establecer formas para fortalecer este valor y permita el crecimiento y desarrollo del programa. Gracias a este valor estratégico, se podría decir que

fundamental, ha permitido que el espacio tenga en claro el público objetivo al que desea llegar para que conforme a esto designe el contenido adecuado.

Arquetipo y sistema de valores

Es importante destacar el papel que cumple el arquetipo de marca, para ello se lo define como “la identidad que expresa una organización. Es decir, es el conjunto de valores, premisas, rasgos de personalidad y creencias que definen a una marca” (Sala, 2021) En otras palabras, hace hincapié a los conjuntos de estándares responsables que se encargan de crear los rasgos de personalidad, valores, cosmovisión y creencias de la organización.

Para relacionar un arquetipo con la programación, se considerará el arquetipo de “hombre corriente”, se trata de conectar con el público con bastante empatía, y eso es lo que se busca en el programa Buenos Días TVNet.

Para determinar este arquetipo, se basa en dos características:

- Importancia del público.- Conectar con el público es esencial, por eso hay que mostrar empatía con las diferentes personas, porque no se conoce la situación por la que cada quien atraviese, se debe mostrar empatía con los demás. Los contenidos de los segmentos pueden ir direccionados a vivir la realidad de las demás personas.
- Informa y entretiene.- Una característica del espacio es que se encarga de informar a los espectadores y entretenerlos con un contenido de calidad, que pueda llegar a las personas con un mensaje que les sirva para bien y siendo parte de las actividades que se realizan día a día, pero no dejando de lado la empatía que se debe marcar con la audiencia.

Storytelling y consumo experiencial

Conociendo que el storytelling es el arte de contar una historia, se destaca la mayor característica en conectar con los usuarios, porque su objetivo es llegar emocionalmente con ellos a través de un personaje y trama.

Buenos Días TVNet es un programa que nació con el objetivo entretener a las familias de la región amazónica. Este espacio se basa en mostrar a la audiencia un magazine familiar, que las personas se sientan identificadas con cada uno de los segmentos que se muestran, por ejemplo gastronómico, emprendimientos, salud, hogar, fitness, moda, belleza, entre otros. Gracias a este programa, se ha podido dar a conocer a otras personas alternativas necesarias conforme a lo que les haga falta. El programa surgió en la ciudad de Nueva Loja, en el cantón Lago Agrio de la provincia de Sucumbíos, este espacio matinal está al aire desde el 2 de Diciembre del 2021. A inicios del programa fue complejo, se tuvo que pasar por un proceso de adaptación, esto se dio porque en la localidad no estaban acostumbrados a ser parte de los medios de comunicación, integrarse a la pantalla chica y sobre todo ver un nuevo programa de entretenimiento les llenó de incertidumbres, no solo eso, sino también que se dificultó que se adapten a aparecer en cámaras.

Este espacio matinal está direccionado a adolescentes, amas de casa, adultos mayores; muestra a la ciudadanía una serie de elementos que pueden aplicar en su diario vivir, porque no solo se basa en informar, sino también en educar y ser un apoyo publicitario para quienes tengan sus emprendimientos o quieran llegar a más personas.

Actualmente, el programa Buenos Días TVNet ha presentado algunas falencias, que indirectamente repercuten en el público objetivo, esto se genera por la falta de aplicación de valores estratégicos. Entre los problemas que se han detectado es encontrar el contenido adecuado para los espectadores, la clave es llegar con un contenido de interés a la pantalla,

sin embargo se ha visto que es necesario analizar las necesidades de las personas para conforme a ello encontrar lo óptimo para llevarlo al espacio.

Siendo empáticos con la audiencia, mostrando un comportamiento responsable y comprometido con el público, se podría llegar a tener la cercanía que se requiere para conocer las afinidades de cada uno de ellos.

Matriz de Riesgos Reputacionales

Tener una buena reputación es cumplir constantemente con las expectativas de los interesados, representa una ventaja competitiva y contribuye a incrementar el valor de la empresa o marca.

Una matriz de riesgos reputacionales es una herramienta que se utiliza para identificar y evaluar los riesgos potenciales que podrían afectar la reputación de una empresa o entidad. Por lo general, se representa en forma de una tabla que combina la probabilidad de que ocurra un evento con el impacto que tendría en la reputación de la organización.

<p>Riesgos financieros</p> <p>Son aquellos asociados con las decisiones de negocio fallidas.</p> <ul style="list-style-type: none">- El sector comercial le apuesta muy poco por la actividad publicitaria.- Adecuaciones e innovación en el set de grabación consume una fuerte inversión.	<p>Riesgos Operacionales</p> <p>Se definen como el riesgo de pérdida que se tienen por fallas en los procesos del personal, los sistemas o por causas externas.</p> <ul style="list-style-type: none">- La operación del personal, considerar la incorporación, permanencia y la desintegración de los colaboradores de la organización.
<p>Riesgos estratégicos</p>	<p>Riesgos tecnológicos</p>

<p>Se refiere a decisiones o eventos que pueden interponerse en el camino de una organización para alcanzar sus objetivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambios en la demanda y preferencia de los consumidores. - Integración de nuevos colaboradores o dirigentes. 	<p>La tecnología aplicada para su transmisión se puede ver afectada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con riesgos en la tecnología utilizada ocurre problemas en la transmisión de cada uno de los programas. - Las fallas tecnológicas no permite brindar un producto de calidad a la audiencia.
--	---

Metas aspiracionales

Todo proyecto debe ir encaminado a un objetivo y metas que aspira, de cómo llenar las expectativas de la audiencia. Son objetivos ambiciosos y desafiantes que una persona, empresa u organización se fija para alcanzar en el futuro. Estas metas van más allá de lo que puede parecer alcanzable o realista en el momento presente, buscan inspirar y motivar.

En el espacio matinal de Buenos Días TVNet, las metas que se proyectan son claras, se deben cumplir cada uno de los estándares de calidad establecidos.

Identidad

Buenos Días TVNet es una revista familiar, va direccionada a las personas que les guste el mundo del entretenimiento. Este espacio se caracteriza por dar prioridad a la audiencia, día a día se trabaja por cumplir sus expectativas, se toma en consideración sus recomendaciones para mejorar la programación.

Filosofía

Las metas que se desean alcanzar son claras y precisas, se reconoce el público objetivo que se maneja, por ello se considera oportuno un contenido educativo pero a la vez de

entretenimiento, que a través de este espacio, las familias puedan aprender varias cosas, pero también puedan distraerse y salir de la rutina diaria al menos durante la hora del programa.

Reputación

Buenos Días TVNet forma parte de la empresa TVNet Lago, esta empresa se encarga de brindar servicios de internet y televisión a nivel de la región amazónica. Esto ha permitido que el medio de comunicación sea reconocido por nuestros usuarios. Además, el servicio que la empresa brinda ha permitido que el medio de comunicación, conjuntamente con el programa tenga un alto renombre en las provincias donde actualmente se está operando.

Referencias

Castellanos, R. (2007). Valores estratégicos, misión y visión: base del plan estratégico.

<https://www.gestiopolis.com/valores-estrategicos-mision-y-vision-base-delplan-estrategico/>

Díaz, J. (2017). Importancia de la misión y visión en la planeación estratégica empresarial.

<https://bold.com.ec/importancia-mision-vision-planeacion-estrategica/>

Sánchez, L. (2019). Storytelling, la herramienta del siglo XXI.

https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/11946/LUCAS%20SANCHEZ%20CARRAL_TFG_NOV-13.pdf?sequence=1&isAllowed=y

29 DE OCTUBRE DEL 2023

Maestría De Comunicación
Con Menciones En Comunicación Digital Y Periodismo Digital

DISEÑO DE PROYECTOS PERIODÍSTICOS

Eje periodismo digital

ESTUDIANTE

Aura Alcívar Angulo

Introducción

En la última década organizaciones de mujeres de diversas partes del mundo, así como de agencias internacionales, han levantado la voz, cada vez más fuerte, con el propósito de promover el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la diversidad en la vida de las mujeres y de su contribución a la sociedad, dentro de la prensa, los medios visuales, sonoros y electrónicos. Para lograrlo, se ha planteado la necesidad de contar con la igualdad de los sexos en la gestión y dirección de los medios de comunicación, así como en la construcción de los contenidos.

En un mundo en constante evolución, reconocemos la importancia de empoderar a las mujeres y brindarles las herramientas necesarias para alcanzar su máximo potencial. Nuestro proyecto “Hablemos de mujeres”, nace de un profundo compromiso con la igualdad de género y el fortalecimiento de las mujeres en todas las esferas de la vida. A lo largo de esta propuesta, exploraremos cómo nuestro programa se enfoca en inspirar, educar y apoyar a mujeres de todas las edades, orígenes y circunstancias, creando un espacio donde puedan florecer y liderar en sus comunidades y en el mundo.

Justificación

Este proyecto se apoya en la premisa de que la igualdad de género es un principio fundamental de los derechos humanos, y trabajar en pro de este objetivo es esencial para lograr sociedades más justas y equitativas. “Hablemos de mujeres” busca ser una contribución significativa para avanzar hacia un mundo donde todas las mujeres puedan alcanzar su pleno potencial, sin importar las barreras que enfrenten."

Creemos que, al invertir en el desarrollo y empoderamiento de las mujeres, no solo mejoramos sus vidas individualmente, sino que también enriquecemos a nuestras comunidades y sociedades en general.

Por otro lado, nuestro interés es crear una programación enfocada en las mujeres debido a que en Sucumbíos no existe uno como tal que permita que las mujeres den a conocer sus ideales y ser un aporte a la información sobre sus derechos.

Objetivos

Objetivo general

- Educar y promover la comprensión, empatía e igualdad de género. Este programa permitirá que las voces y experiencias de mujeres Sucumbienses sean visibles en los medios de comunicación

Objetivos específicos

- Promover la igualdad de género y concienciar sobre los problemas que enfrentan las mujeres a nivel local y global a través de campañas educativas y de sensibilización.
- Facilitar la creación de redes de apoyo y la construcción de comunidades entre mujeres, brindando un espacio para compartir experiencias y apoyarse mutuamente.

Análisis de buenas prácticas

Es necesario basarnos en proyectos ya producidos de programas enfocados a la mujer, de tal forma que la experiencia de otros medios nos sirva para mejorar la producción del proyecto planteado. Para ello, se tomará como referencia los siguientes contenidos: **“Indómita**

Media”- Página de Facebook



Un espacio digital destinado a contenido netamente de género, donde da a conocer problemáticas que atraviesan las mujeres como: violencia, acoso, violación de sus derechos. Actualmente cuenta con 1,100 Likes, su contenido es apropiado y sirve como referencia para

la información que se requiere dentro del espacio Hablemos de mujeres. Una de sus diferencias es la ubicación de donde se extraerá el contenido, Indómita nacional mientras que en “Hablemos de mujeres” se priorizará a Sucumbíos.

¿Quiénes mandan aquí? Mujeres con poder – Gamavisión



Un programa hecho por y para mujeres, con temas interesantes de actualidad, que tiene como punto principal resaltar la imagen y papel de la mujer en estos tiempos. Es conducido por mujeres dinámicas, con experiencia y sobresalientes en diferentes campos de la comunicación, con un contrastante de personalidades que enriquecen el programa gracias a sus trayectorias y vivencias, tanto en la vida diaria como en el ámbito profesional.

“Hablemos de mujeres” puede tomar esta iniciativa de delegar a mujeres reconocidas en la comunicación para presentar el programa, y crear perspectivas de superación en los televidentes, y reconocer que una mujer también puede estar al frente de un programa de esta categoría.

Emprendedoras – Quiero TV



Este programa es transmitido por el medio Quiero TV Ecuador, donde destaca a la mujer desde una perspectiva profesional. Además, se abordan temas de interés para la mujer que son muy comunes, de tal forma que puedan aclarar sus dudas y tomar buenas decisiones para su futuro. Dentro de este espacio, tienen un valor agregado, capacitaciones virtuales a través de Facebook Lite.

Público objetivo de propuesta

Este proyecto televisivo va direccionado a:

- Jóvenes de 16 años en adelante.
- Para todas las mujeres en sus diferentes facetas: madre, profesionales, amas de casa.
- Parejas

Hemos elegido nuestro público basado en el enfoque que tiene el programa Hablemos de mujeres, porque en este espacio ellas serán quienes logren romper los desafíos y miedos generados por la sociedad, aquellas mujeres obligadas a guardar silencio y esconder sus casos de violencia.

Modelo de negocio

Asociaciones o socio clave - Proveedores: TVNet Lago Canal 3 Fundaciones de mujeres: Tendrían un espacio para informarse y conocer a más mujeres. - Asociaciones de emprendimientos: Mujeres emprendedoras y exitosas.	Actividades clave - Producción de material audiovisual: - Creación y edición de contenidos digitales. - Difusión de contenido: Redes sociales y televisión. - Promocionales e invitaciones al programa.	Propuesta de valor La propuesta de valor de este programa, se basa en crear una experiencia de calidad, en compañía de mujeres que nos permitan inspirar y empoderar a las mujeres a través de historias de éxito y enseñanzas. Además, garantiza un contenido relevante y diverso, siendo un espacio de entretenimiento y de información para las mujeres, donde tendrán la oportunidad de interactuar y participar.	Relación con Audiencia: Interacción con la audiencia a través de mensajes, pueden ser en vivo o vía Whatsapp. Convertirnos en una fuente de información confiable para el público.
	Recursos clave - Recursos humanos: Director de producción, equipo de producción, Community Manager, presentador/a - Tecnología: Equipos de alta calidad, Estudio de grabación. - Talentos: Compromiso, liderazgo, trabajo en equipo.		Canales - Plataforma: Página Web de TVNet Lago - Redes sociales: Página oficial de TVNet Lago - Televisión: TVNet Lago Canal 3 Mercado - Jóvenes de 16 años en adelante. - Para todas las mujeres en sus diferentes facetas - madre, profesional, ama de casa. - Parejas - Pueden acceder hombres y mujeres a la información.
Estructura de costos Salarios y biáticos: Equipo de trabajo - Equipos tecnológicos : Cámaras, licencias de transmisión, adecuación del set, etc.		Fuente de ingresos - Comercialización dentro del programa. - Monetización en redes sociales.	

¿Quiénes somos?

El Programa televisivo Hablemos de mujeres abordará información relacionada a casos de mujeres que han tenido que enfrentar situaciones complejas y concienciar a aquellas mujeres que estén atravesando momentos complejos, que estén en contra de su tranquilidad y paz emocional.

Nuestra programación tendrá espacio todos los sábados a partir de las 19H00 a través de TVNet Lago Canal 3, tendrá una duración de 30 minutos.

A través de nuestra idea innovadora de producción y creación de contenidos, buscaremos juntos soluciones para ayudar a mujeres y concienciar a la sociedad de la situación actual que vivimos, y acudir al llamado de ayuda que hacen miles de mujeres.

Misión

Nuestra misión es empoderar a las mujeres, sin importar su edad, origen o circunstancias, para que alcancen su máximo potencial en todos los aspectos de sus vidas. Nos comprometemos a brindar oportunidades de educación, liderazgo, empoderamiento económico y bienestar, y a erradicar las barreras de género que limitan su desarrollo. A través de Hablemos de mujeres aspiramos a crear un mundo donde todas las mujeres Sucumbienses tengan la confianza y las herramientas necesarias para forjar su propio camino hacia el éxito, contribuyendo así a una sociedad más justa y equitativa."

Visión

Nuestra visión es la creación de un mundo donde las mujeres sean líderes empoderadas y protagonistas de su propio destino. Deseamos ser un faro de cambio, inspirando a mujeres de Sucumbíos a alcanzar sus sueños y desafiar las desigualdades de género. Aspiramos a una sociedad donde el empoderamiento de las mujeres sea la norma, no la excepción, y donde sus contribuciones sean reconocidas y valoradas en su totalidad.

Perfil personal del emprendedor



AURA MARIBELL ALCIVAR ANGULO

INGENIERA COMERCIAL

36 AÑOS

Trayectoria profesional dentro de una sola empresa, misma en la que actualmente me desempeño como gerente operativa. Me apasiona implementar y trabajar con nuevos proyectos, enfocándome en grandes retos que me permitan crecer personalmente y profesionalmente.

Habilidades: Liderazgo, ética profesional, adaptabilidad

Modelo periodístico

Esta idea innovadora producirá y creará contenido de género en Sucumbíos que ayudará a crear conciencia en la sociedad y que las mujeres conozcan sus derechos y pierdan el miedo.

Hablemos de mujeres tendrá espacio todos los sábados a partir de las 19H00 a través de TVNet Lago Canal 3, con una duración de 30 minutos en vivo.

Planificación de contenidos



CASO 1 SOCIEDAD DIGITAL

PROYECTO DE TELEVISIÓN HABLEMOS DE MUJERES EN TV NET3

INTEGRANTES:

Aura Alcívar

Denisse Cedeño

Vanessa Delgado

Gabriela Soria

Guayaquil, marzo 2024

1. ANTECEDENTES

Descripción del área en el cual se va a enfocar para innovar, captar un segmento de cliente o conseguir la solución a un problema de un producto o servicio ya en marcha.



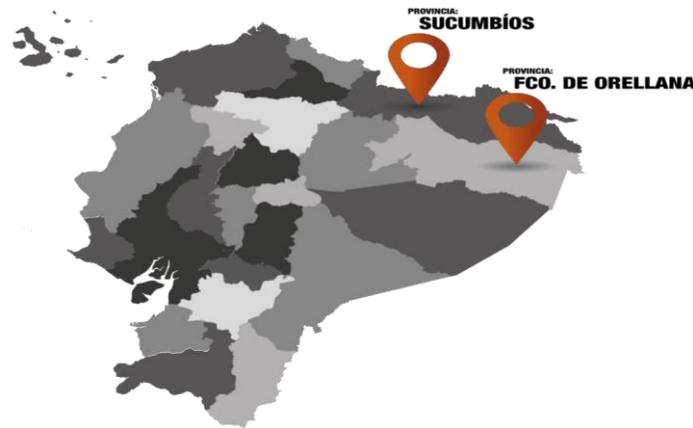
Fuente: TVNET

TVNET LAGO CANAL 3, ubicado en la región Amazónica del Ecuador (Sucumbíos y Orellana), nace como una propuesta diferente de hacer televisión, nuestra señal es incluyente en su parrilla de programación, lo que permite difundir contenidos televisivos para todo tipo de público.

TVNet Lago Canal 3, se posiciona como el medio de comunicación de mayor renombre en la región amazónica, llegando a conquistar Sucumbíos y Orellana como parte de su

expansión. Se propone alcanzar nuevas provincias dentro del territorio nacional que le permitan llegar a nuevos mercados como un medio de difusión masivo.

Sectores de Cobertura Ecuador



Fuente: TVNET

A través de TVNET LAGO, CANAL 3, ofrece, cultura, información y entretenimiento mediante la transmisión de diversos programas: informativos, infantiles, musicales y deportivos. Construimos una propuesta de programación atractiva y formativa que hace un canal diferente.



Fuente: TVNET

TVNet Lago Canal 3 cree en los talentos amazónicos, por esta razón crean espacios especiales como TVNet Canta y Luces de Navidad, con el objetivo de difundir el talento de nuestros artistas hasta nuevos mercados. Generan vínculos con el deporte, permitiéndoles llegar a nuevas

audiencias, a través del programa La Academia Río Aguarico, que impulsa a los deportistas a nivel nacional. Así mismo, tienen programación para los más pequeños del hogar con TVNet Kids, en donde fomentan el desarrollo de habilidades y destrezas en el aprendizaje de los niños..



Fuente: TVNET

Programación de TVNET LAGO CANAL 3

PROGRAMACIÓN TVNET LAGO CANAL 3									
NOMBRE PROGRAMA	TIPO PRODUCCIÓN	DESCRIPCIÓN	TIPO CONTENIDO	PÚBLICO OBJETIVO	CLASIFICACIÓN AUDIENCIA	DIAS TRANSMISIÓN	HORA INICIO	HORA FIN	DURACIÓN PROGRAMA
TVNET NOTICIAS EN LA COMUNIDAD	Propio del medio	Nuestro noticiero está dedicado al sector popular, donde damos voz a las comunidades de barrios y sectores que necesitan ser escuchados.	Informativo	Todo Público	Familiar	Lunes a viernes	07:00:00	08:00:00	00:54:30
EN CONTEXTO	Propio del medio	Nuestro programa de entrevistas está diseñado para conocer las noticias más relevantes y las actividades que desarrollan las autoridades y líderes de nuestra comunidad.	Informativo	Adultos	Familiar	Lunes a viernes	08:00:00	08:30:00	00:30:00
BUENOS DÍAS TVNET	Propio del medio	Es un programa matutino de entretenimiento enfocados en brindar una experiencia amigable y divertida para empezar el día con el pie derecho. Nuestro programa está lleno de segmentos que abarcan una amplia gama de temas, desde salud y belleza hasta moda, gastronomía, emprendimientos, artistas, mundos fitness y mucho más.	Entretenimiento	Todo Público	Familiar	Lunes a viernes	11:00:00	12:00:00	00:56:00
DIALOGANDO EN TVNET	Propio del medio	Es un programa de entrevistas donde nos dedicamos a explorar la trayectoria y experiencia de destacados personajes que han dejado una huella en nuestro medio. Desde figuras del entretenimiento y la cultura hasta líderes en el ámbito político, empresarial y social, nuestro objetivo es conocer sus historias, sus logros y sus visiones para el futuro.	Informativo	Todo Público	Familiar	Lunes a viernes	14:00:00	14:30:00	00:30:00
PELOTA CALIENTE	Propio del medio	Es un espacio deportivo donde se lleva a cabo un análisis y debate profundo de las diversas disciplinas deportivas, tanto a nivel local, nacional e internacional.	Informativo	Todo Público	Familiar	Lunes a viernes	20:00:00	21:00:00	00:56:00
TVNET NOTICIAS EN VISIÓN ESTELAR	Propio del medio	Nuestra emisión estelar es el punto culminante del día, donde recopilamos y presentamos la información más importante y relevante del día. Desde noticias de última hora hasta reportajes especiales, nuestro equipo de periodistas trabaja arduamente para brindar a nuestros espectadores una visión completa y actualizada de los acontecimientos más destacados a nivel local, nacional e internacional.	Informativo	Todo Público	Familiar	Lunes a viernes	21:00:00	21:30:00	00:36:00
TVNET DEPORTES	Propio del medio	El espacio deportivo es un programa televisivo que ofrece una cobertura completa de las disciplinas deportivas, tanto a nivel local, nacional e internacional.	Informativo	Todo Público	Familiar	Lunes a viernes	21:30:00	21:45:00	00:30:00
ENFOQUE CRISTIANO	Propio del medio	Este programa proporciona un ambiente donde las personas pueden profundizar su relación con Dios, aprender más sobre las enseñanzas de Jesucristo y su aplicación en la vida diaria, y encontrar apoyo y compañerismo en otras creyentes.	Educativo	Todo Público	Familiar	Sábados	08:00:00	09:00:00	01:00:00
TERRITORIO DEPORTIVO	Propio del medio	Durante una transmisión deportiva en vivo, se proporciona una cobertura en vivo de los eventos deportivos que tienen lugar, como partidos de fútbol, baloncesto, voleibol, entre otros.	Informativo	Todo Público	Familiar	Sábados y domingos	5H	5H	02:00:00
ACADEMIA RIO AGUARICO	Propio del medio	Este programa es una ventana al mundo del deporte y diseñado para brindar a los espectadores una experiencia única y emocionante.	Informativo	Todo Público	Familiar	Sábados	20:00:00	20:30:00	00:30:00

Fuente: TVNET

Después de 5 años de gran sintonía local, este canal necesita apostar por un programa que capte la atención de clientes femeninas en donde se compartan historias y temas que pasan en la vida de una mujer, como igualdad de género, empoderamiento femenino, salud, educación, carreras profesionales, relaciones, cultura, entre otros.

Considerando que en Sucumbíos y Orellana no existen medios de comunicación que dentro de su programación incluyan contenido de género como:

- Violencia
- Desigualdad
- Desafíos en la maternidad
- Acceso a la salud reproductiva.

2. INTRODUCCIÓN

En un mundo donde la violencia de género sigue siendo una triste realidad, donde las estadísticas de Sucumbíos revelan que 8 de cada 10 mujeres sufren algún tipo de violencia, es necesario abrir espacios de diálogo y reflexión. (Espín María, ACNUR, 2020).

En Sucumbíos, una provincia proveniente de la selva amazónica y en donde hay diferentes realidades sociales y una cultura muy marcada, nos encontramos ante una realidad preocupante: la ausencia de medios de comunicación que aborden de manera adecuada y responsable temas cruciales para las mujeres como la violencia, la desigualdad, los desafíos en la maternidad y el acceso a la salud reproductiva desde una perspectiva de género. Es preocupante saber que víctimas, vulnerables por las circunstancias en donde incluso han tenido que abandonar sus hogares, sigan expuestas a un riesgo aún mayor de sufrir violencia, incluyendo la violencia sexual y por motivos de género. En este contexto, se hace evidente la importancia de generar espacios de información y sensibilización que promuevan el respeto, la igualdad y el bienestar de todas las mujeres, sin importar su origen o situación.

El programa surge como respuesta a esta necesidad de visibilizar las realidades que enfrentan las mujeres en Sucumbíos y en todo el país. A través de este segmento, nos comprometemos a explorar, analizar y debatir sobre los temas que afectan la vida cotidiana de las mujeres, brindando información valiosa, promoviendo el empoderamiento y contribuyendo a la construcción de una sociedad más justa e inclusiva para todas y todos.

En este sentido, el programa se convierte en una plataforma para amplificar las voces de las mujeres y para crear conciencia sobre los desafíos que enfrentan, así como también para destacar sus logros y contribuciones a la sociedad. Además, buscamos fomentar la participación activa de la comunidad en la búsqueda de soluciones y en la creación de un entorno más seguro y equitativo para todas las personas, independientemente de su género. Mediante la colaboración con expertos, líderes comunitarios y organizaciones locales, nuestro objetivo es generar un impacto positivo y duradero en la vida de las mujeres de Sucumbíos y más allá. Juntos, podemos trabajar hacia un futuro en el que todas las mujeres puedan vivir libres de violencia y discriminación, y en el que sus derechos sean respetados y protegidos en todos los ámbitos de la sociedad.

3. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Proporcionar un espacio mediático en el cual se relatan historias reales que inspiran y empoderen a otras mujeres, tanto desde el ámbito profesional como emocional, promoviendo la educación, el intercambio de experiencias y ejemplificando el potencial de las mujeres para superar desafíos y alcanzar el éxito en diversas áreas de la vida.

3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar visibilidad a las voces y experiencias de mujeres sucumbienses, proporcionando un espacio inclusivo en los medios de comunicación para compartir sus historias, desafíos y logros.
- Promover la comprensión y empatía hacia las realidades de género, destacando casos reales y experiencias inspiradoras que reflejen tanto los desafíos como los éxitos profesionales y personales de las mujeres en Sucumbíos.
- Servir como un ejemplo y fuente de educación para otras mujeres al ofrecer modelos a seguir y recursos para abordar cuestiones de género, violencia, desigualdad, maternidad y acceso a la salud reproductiva, impulsando así el empoderamiento femenino en la comunidad.

4. BENCHMARKING

Programa	Innovación icónica	Experiencia cliente	Compromiso sostenibilidad	Colaboración estratégica
Mujeres Extraordinarias	Uso innovador de la narración de historias para inspirar al público	Ofrece una experiencia emocionalmente impactante y motivadora	Comprometido con promover el empoderamiento femenino	Colabora con organizaciones y líderes en igualdad de género para amplificar el mensaje
SuperSoul Sunday	Integración única de historias personales y entrevistas con expertos	Ofrece contenido inspirador y enriquecedor	Promueve el bienestar emocional y el crecimiento personal	Colabora con profesionales y expertos en desarrollo personal y espiritualidad
GIRLS				

	Enfoque innovador en documentar las vidas de mujeres jóvenes	Presenta historias auténticas y diversas	Destaca la importancia de superar desafíos y perseguir sueños	Colabora con organizaciones juveniles y educativas para apoyar a mujeres jóvenes
Ellen DeGeneres Show	Destaca historias de superación y positivismo de manera única	Ofrece entretenimiento o inspirador y motivador	Promueve la inclusión y la empatía en la sociedad	Colabora con diversas organizaciones benéficas y de derechos civiles

Este benchmarking, permitió identificar las diferentes estrategias y enfoques utilizados por programas similares para inspirar y empoderar a las mujeres a través de historias reales. Integrar estos programas como referencias fortalecerán y enriquecerán el programa "Hablemos de Mujeres", maximizando su impacto y alcance en la audiencia.

- **Mujeres Extraordinarias** (Argentina): Este programa televisivo se centra en la narración de historias de mujeres inspiradoras que han logrado destacarse en diferentes campos profesionales y personales. Proporciona un espacio para compartir experiencias, promoviendo el empoderamiento femenino y la superación de desafíos.

Lección aprendida: La narración de historias reales y el enfoque en el empoderamiento pueden ser herramientas poderosas para inspirar a la audiencia femenina.

- **SuperSoul Sunday** (Estados Unidos): Este programa televisivo presenta entrevistas con figuras destacadas del ámbito espiritual, personal y profesional, buscando inspirar a la audiencia a través del desarrollo personal y el crecimiento emocional.

Lección aprendida: La combinación de historias personales con entrevistas a expertos puede ofrecer una perspectiva enriquecedora y motivadora para el público.

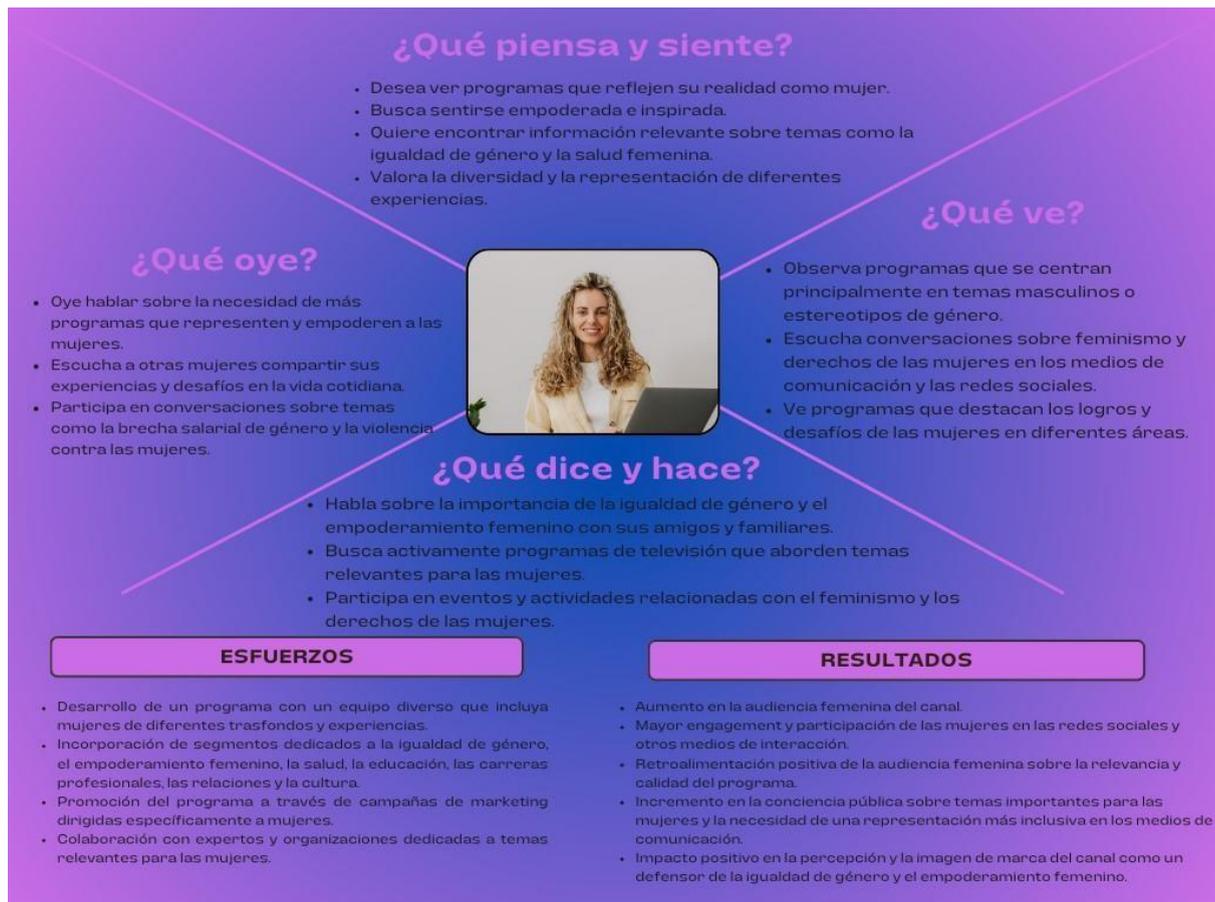
- **GIRLS** (Reino Unido): Esta serie documental sigue la vida de mujeres jóvenes que han superado desafíos significativos en áreas como el deporte, el arte, la ciencia y la tecnología. A través de sus historias, el programa busca inspirar a otras jóvenes a seguir sus pasos y perseguir sus sueños.

Lección aprendida: La diversidad de historias y la representación de diferentes áreas de interés pueden ampliar el impacto del programa, llegando a una audiencia más amplia y diversa.

- **"Ellen DeGeneres Show"** (Internacional): Este programa de entrevistas presenta segmentos donde se destacan historias de superación y logros personales, además de promover la inclusión, el positivismo y la empatía.

Lección aprendida: La combinación de entretenimiento con mensajes inspiradores puede atraer a una audiencia más amplia y generar un impacto positivo en la sociedad.

5. PERFIL DEL CLIENTE



6. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

"Hablemos de Mujeres" se constituye como una fuente de información, un refugio de reflexión y un llamado a la acción. Nos comprometemos a ser la voz de las que no pueden hablar, a ser el eco de las luchas que aún no han sido ganadas, a ser el promotor del cambio que tanto anhelamos.

Este programa, se basa en crear una experiencia de calidad, en compañía de mujeres que nos permitan inspirar y empoderar a las mujeres a través de historias de éxito, el rol de la mujer en la sociedad y la familia, temas de violencia de género y enseñanzas. Además, garantiza un contenido relevante y diverso, siendo un espacio de entretenimiento y de información, donde tendrán la oportunidad de interactuar y participar en base a su propia experiencia.

El 26 de agosto de 1789 la Asamblea Nacional Constituyente francesa aprobó la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, donde se promovía y se respetaban los derechos de todos, a excepción de las mujeres.

Es por eso que las mujeres han venido luchando por sus derechos y la igualdad de género, buscando y logrando alcanzar en la actualidad espacios muy importantes en lo social y política. Tanto es así que, hoy en la actualidad ha logrado conseguir que los derechos humanos de las mujeres estén consagrados en las constituciones y leyes contemporáneas, para que puedan, ahora, reescribir su vida como ciudadanas.

Hablar de mujeres es importante porque la Mujer del siglo XXI está viviendo un escenario de grandes transformaciones económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas; esta es la época que consolida la democracia con la activa participación de las mujeres, y en menos de un siglo, las mujeres han sido actoras de los avances en materia de igualdad, de empoderamiento para la toma de decisiones y aquí se destaca mayor acceso a la educación, salud, incorporación al mercado de trabajo y en la participación política.

Se han visto programas de entretenimiento, de deportes, de noticias, incluso programas donde enmarcan a las mujeres en estereotipos y como símbolo de belleza o sexual; dejando de lado el verdadero valor de las mujeres como hijas, madres, profesionales y parte de una sociedad donde gracias al papel que las mujeres han desempeñado por siglos con esa capacidad de ser y de existir hoy podemos disfrutar de una sociedad próspera y equitativa.

Cada historia compartida en este espacio tendrá un gran impacto en la sociedad, ya que son historias reales que inspiran desde lo profesional y lo emocional; este espacio es para compartir, educar y servir de ejemplo.

6.1. PROPUESTA ESTRATÉGICA

Narrativa:

"Hablemos de Mujeres" se concibe como un espacio de reflexión, inspiración y acción en el cual se destacan las historias de mujeres extraordinarias que han superado desafíos y han alcanzado el éxito en diversos ámbitos de la vida. La narrativa se basa en la celebración de los logros de las mujeres, así como en la concienciación sobre los desafíos que enfrentan en la sociedad contemporánea. Se resalta el papel activo de las mujeres en la historia y se promueve la igualdad de género como un valor fundamental para el progreso social.

Hechos/Personajes/Lugares:

Las historias se desarrollan en diferentes contextos y escenarios, desde mujeres líderes en el ámbito empresarial hasta activistas que luchan por los derechos humanos. Se destacan lugares simbólicos donde estas mujeres han dejado su huella, como centros comunitarios, empresas innovadoras, espacios políticos y hogares donde se gestan cambios sociales.

Medios/Plataformas:

Se utilizarán tanto medios tradicionales como digitales para difundir el contenido de "Hablemos de Mujeres". Esto incluye, los otros programas de televisión de TVNET, transmisiones en vivo por Facebook de TVNET, podcasts, blogs y sitios web interactivos. Se buscará maximizar el alcance del programa a través de una estrategia multicanal que permita llegar a la audiencia seleccionada.

Experiencias On-line y Off-line:

- On-line: Se espera crear una comunidad de mujeres en línea activa y comprometida a través de redes sociales y plataformas digitales, donde las mujeres puedan compartir sus experiencias, participar en debates y acceder a recursos útiles para su

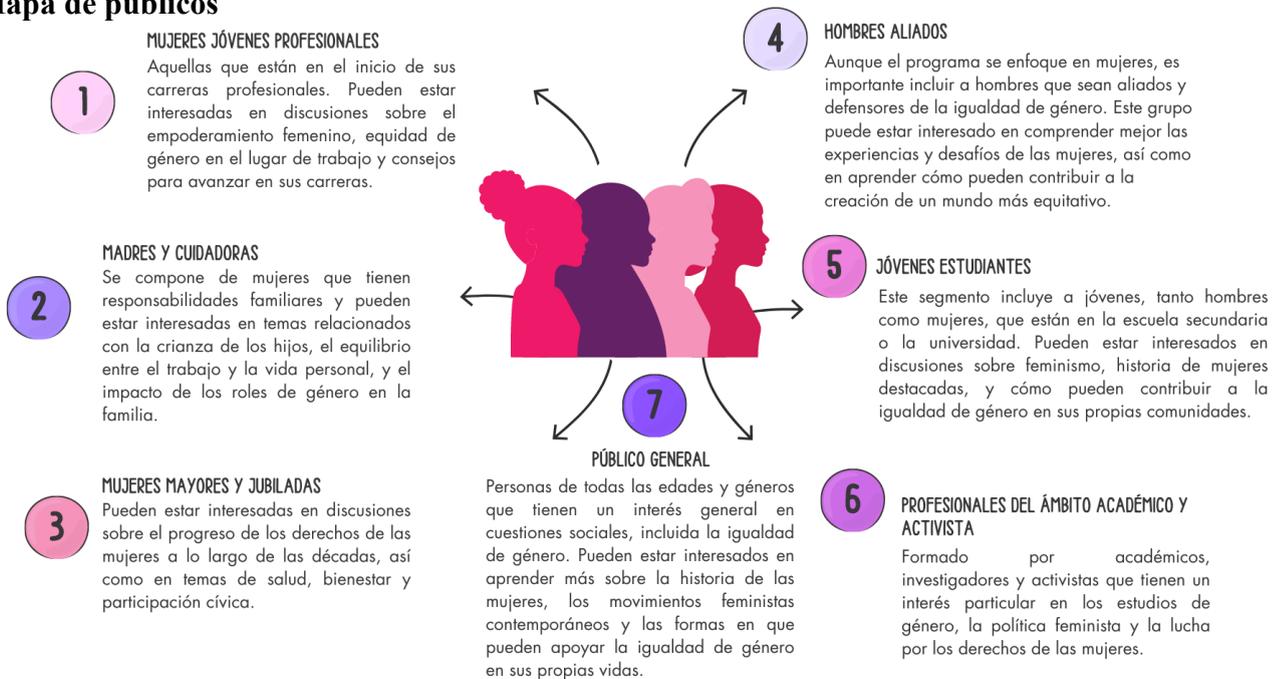
empoderamiento. También se desarrollarán eventos virtuales como webinars y conferencias en línea para abordar temas relevantes y fomentar la interacción con la audiencia.

- Off-line: Además, se organizarán eventos presenciales como paneles de discusión, charlas motivacionales y talleres de capacitación en la comunidad. Estos eventos permitirán establecer conexiones significativas entre las participantes y generar un impacto tangible en la sociedad a nivel local y regional.

"Hablemos de Mujeres" se posicionará como un espacio inclusivo y comprometido con la causa de la igualdad de género, donde se celebra el poder y la resiliencia de las mujeres a través de sus historias inspiradoras. La propuesta estratégica busca aprovechar el potencial de los medios y plataformas digitales para llegar a una audiencia amplia y generar un impacto significativo en la sociedad.

6.2 PLAN TÁCTICO

Mapa de públicos



Objetivos de Comunicación

General: Posicionar el programa "Hablemos de Mujeres" como un espacio mediático inspirador y empoderador que promueva la educación, el intercambio de experiencias y ejemplifica el potencial de las mujeres para superar desafíos y alcanzar el éxito en diferentes áreas de la vida.

Específicos:

- Alcanzar una audiencia del programa en un 25% en los primeros seis meses.
- Generar interacción y participación activa de la audiencia en las redes sociales del programa, promoviendo el debate constructivo sobre los temas tratados.
- Establecer al programa como una referencia en la narración de historias reales que inspiren y empoderen a otras mujeres, tanto a nivel profesional como emocional.
- Fomentar la diversidad en las historias presentadas, destacando el éxito de mujeres de diferentes trasfondos y contextos.

Mensajes claves

- **Inspirar desde lo profesional:** A través de la narración de historias reales de mujeres destacadas en diferentes campos profesionales, el programa busca inspirar a otras mujeres a perseguir sus metas, desarrollar sus habilidades y alcanzar su máximo potencial en sus respectivas áreas de interés.
- **Inspirar desde lo emocional:** Mediante la exposición de experiencias personales de superación, resiliencia y logro, "Hablemos de Mujeres" aspira a inspirar emocionalmente a las mujeres espectadoras, mostrándoles que es posible enfrentar y superar los obstáculos de la vida con determinación y valentía.

- **Compartir, educar y servir de ejemplo:** El programa se propone como un espacio de intercambio de conocimientos, donde las protagonistas compartan sus vivencias, aprendizajes y consejos, con el objetivo de educar y ofrecer herramientas prácticas que impulsen el desarrollo personal y profesional de las mujeres en la audiencia, sirviendo así de ejemplo de empoderamiento y liderazgo femenino.

Acciones de comunicación

- Seleccionar y producir historias reales de mujeres exitosas que hayan superado desafíos en diferentes ámbitos (profesional, personal, comunitario, etc.).
- Entrevistar a mujeres líderes, emprendedoras, activistas, artistas y profesionales destacadas para compartir sus experiencias y consejos.
- Crear contenido promocional atractivo para las redes sociales que destaque las historias y temas tratados en cada episodio.
- Fomentar la participación del público a través de encuestas, preguntas abiertas y desafíos relacionados con los temas del programa.
- Utilizar hashtags relevantes y colaboraciones con influencers para amplificar el alcance y la visibilidad del programa.
- Colaborar con organizaciones sin fines de lucro, empresas y medios de comunicación que compartan la misión y visión del programa.
- Invitar a expertos y líderes de opinión como invitados especiales para enriquecer las discusiones y atraer a nuevos públicos.
- Organizar eventos presenciales y virtuales relacionados con los temas tratados en el programa, como paneles de discusión, conferencias y talleres.

- Participar en ferias, conferencias y festivales relacionados con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres para aumentar la visibilidad y el reconocimiento del programa.
- Realizar entrevistas y apariciones en todos los programas de TVNET 3 para ampliar la cobertura y llegar a nuestra audiencia.
- Establecer métricas claras para evaluar el éxito de las acciones de comunicación, como la audiencia, la interacción en redes sociales y el reconocimiento del programa.

LINK DE VIDEO CASO

Youtube

<https://youtu.be/PBA4kVOw3M0?si=impkXHgDXHtYCZ2>