



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

“EL MANEJO EN LAS REDES SOCIALES Y EL CONTENIDO INFORMATIVO DE UNIMAX TELEVISIÓN EN EL AÑO 2016”.

---

*Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Licenciado, en Comunicación Social.*

**AUTOR:**

Omar Joselo Aldás Yanchapanta

**TUTOR:**

Dr. Mg. Miguel Chicaíza

**AMBATO – ECUADOR**

**2017**

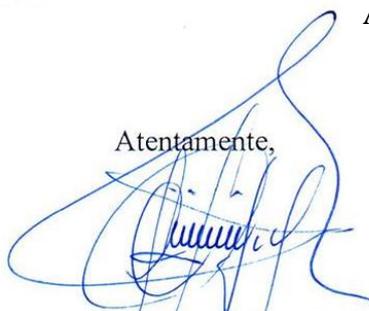
## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

### CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “ **EL MANEJO EN LAS REDES SOCIALES Y EL CONTENIDO INFORMATIVO DE UNIMAX TELEVISIÓN EN EL AÑO 2016**”, del Sr. Aldás Yanchapanta Omar Joselo, egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho Proyecto Investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 08 de marzo de 2017

Atentamente,



.....  
Dr. Mg. Miguel Chicaíza

Tutor del Trabajo de Titulación

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Los criterios emitidos en el proyecto de investigación: “EL MANEJO EN LAS REDES SOCIALES Y EL CONTENIDO INFORMATIVO DE UNIMAX TELEVISIÓN EN EL AÑO 2016” como también las ideas, opiniones y comentarios, contenidos, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, 24 de abril de 2017



Omar Joselo Aldás Yanchapanta

C. C. 1803873585

**AUTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Entidad Universitaria.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 24 de abril de 2017



Omar Joselo Aldás Yanchapanta

C.C. 1803873585

**AUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: EL MANEJO EN LAS REDES SOCIALES Y EL CONTENIDO INFORMATIVO DE UNIMAX TELEVISIÓN EN EL AÑO 2016, presentado por el Sr Omar Joselo Aldás Yanchapanta, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato.....

Para constancia firman

.....  
Presidente

.....  
Miembro

.....  
Miembro

## DEDICATORIA

*Las oportunidades que te brinda la vida hay que saber aprovecharlas, con esfuerzo, dedicación y persistencia.*

*Fueron nueve semestres de arduo estudio y sacrificio para llegar a esta última instancia, para lograr alcanzar la meta definida varios años atrás.*

*Es por eso, que el siguiente proyecto de investigación se lo dedico a Dios por cambiar el rumbo de mi vida.*

*A mi madre Anita por ser mi inspiración y enseñarme los valores y las buenas costumbres que me han formado como buen ciudadano, a mis queridas hermanas que son el reflejo de alegría y esperanza que engalanan mi vida.*

*Y finalmente, a mi hermano Eddy aunque no estés en cuerpo presente para verme crecer como profesional, espero y aspiro que desde aquel lugar que te encuentres sigas siendo la luz que me guie por el sendero del bien.*

*Omar Joselo Aldás Yanchapanta  
"Josmar"*

## **AGRADECIMIENTO**

*Al creador, por darme la sabiduría para emprender cada día, el saber y entender cada espacio de conocimiento adquirido en el aula de clase.*

*A los docentes que con sus enseñanzas hicieron posible que cada día vaya superando cualquier adversidad y en especial al profe Miguel Chicaíza por guiarme en el proyecto de investigación.*

*A los directivos de Unimax Televisión por la confianza y el apoyo para realizar la investigación y a la vez formar parte del equipo de producción del medio de comunicación.*

*A mi querida familia, mi madre Anita, mis hermanas, Geovanna y Alison y mi hermano Eddy por estar siempre ahí, apoyándome, siendo el pilar fundamental de mi vida.*

*Omar Joselo Aldás Yanchapanta  
“Josmar”*

## INDICE GENERAL

<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	<b>pág.</b>
Título o Portada .....	i
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>iii</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR .....</b>	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....</b>	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>INDICE GENERAL .....</b>	<b>viii</b>
<b>INDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xi</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>xiv</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>

### CAPÍTULO 1

#### EL PROBLEMA

1.1. Tema .....	2
1.2. Planteamiento del Problema .....	2
1.2.1. Contextualización .....	2
Árbol de problemas .....	8
1.2.2. Análisis crítico.....	9
1.2.3. Prognosis .....	9
1.2.4. Formulación del problema.....	10
1.2.5. Preguntas directrices.....	10
1.2.6. Delimitación del problema .....	10
1.3. Justificación.....	11
1.4. Objetivos .....	12
1.4.1. Objetivo general .....	12
1.4.2. Objetivos específicos.....	12

**CAPÍTULO 2**  
**MARCO TEÓRICO**

2.1.	Antecedentes investigativos .....	14
2.2.	Fundamentación filosófica .....	20
2.3.	Fundamentación legal.....	21
2.4.	Categorías fundamentales.....	26
2.4.1.	Constelación de ideas de la variable independiente .....	27
2.4.2.	Constelación de ideas de la variable dependiente. ....	28
2.4.3.	Conceptualización de la variable independiente .....	29
2.5.	Hipótesis .....	44
2.7.	Señalamiento de Variables .....	44

**CAPÍTULO 3**  
**METODOLOGÍA**

3.1.	Enfoque .....	45
3.2.	Modalidad de investigación.....	45
3.2.1.	De campo.....	45
3.3.	Nivel o tipo de investigación.....	45
3.3.1.	Exploratorio.....	45
3.4.	Análisis de contenidos .....	46
3.5.	Operacionalización de Variables .....	47
3.5.1.	Matriz variable independiente: Redes Sociales.....	47
3.5.2.	Matriz variable dependiente: Contenido Informativo .....	48
3.6.	Plan de recolección de información .....	49
3.7.	Plan de Procesamiento de Información .....	50

**CAPÍTULO 4**  
**ANÁLISIS Y RESULTADOS**

ANÁLISIS DE CONTENIDOS .....	51
------------------------------	----

**CAPÍTULO 5**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. Conclusiones .....	117
5.2. Recomendaciones .....	118

## **CAPITULO 6**

### **PROPUESTA**

6.1. Datos informativos .....	119
6.2. Antecedentes de la propuesta .....	120
6.2.1. Antecedentes históricos Unimax Televisión .....	121
6.3. Justificación.....	121
6.4. Objetivos .....	122
6.4.1. Objetivo general .....	122
6.4.2. Objetivos específicos.....	122
6.5. Análisis de factibilidad.....	123
6.6. Fundamentación .....	124
6.7. Plan de Comunicación para el manejo del contenido informativo en redes sociales .....	125
6.8. Metodología – Modelo Operativo .....	126
6.9. Desarrollo de la propuesta .....	129
6.10 Matriz de plan de evaluación.....	134
C. MATERIALES DE REFERENCIA .....	135
Bibliografía.....	135

### **ANEXOS**

### **PAPER**

## INDICE DE GRÁFICOS

Grafico N° 1 Árbol de problemas .....	8
Grafico N° 2 Categorías Fundamentales.....	26
Grafico N° 3 Constelación de Variable Independiente.....	27
Grafico N° 4 Constelación de Variable Dependiente .....	28

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Operacionalización de Variable Independiente.....	47
Tabla N° 2 Operacionalización de Variable Dependiente .....	48
Tabla N° 3 Plan de Recolección de Información.....	49
Tabla N° 4 Plan de Procesamiento de Información .....	50
Tabla N° 5 Análisis de Contenido.....	52
Tabla N° 6 Análisis de Contenido.....	53
Tabla N° 7 Análisis de Contenido.....	54
Tabla N° 8 Análisis de Contenido.....	55
Tabla N° 9 Análisis de Contenido.....	56
Tabla N° 10 Análisis de Contenido.....	57
Tabla N° 11 Análisis de Contenido.....	58
Tabla N° 12 Análisis de Contenido.....	59
Tabla N° 13 Análisis de Contenido.....	60
Tabla N° 14 Análisis de Contenido.....	61
Tabla N° 15 Análisis de Contenido.....	62
Tabla N° 16 Análisis de Contenido.....	63
Tabla N° 17 Análisis de Contenido.....	64
Tabla N° 18 Análisis de Contenido.....	65
Tabla N° 19 Análisis de Contenido.....	66
Tabla N° 20 Análisis de Contenido.....	67
Tabla N° 21 Análisis de Contenido.....	68
Tabla N° 22 Análisis de Contenido.....	69
Tabla N° 23 Análisis de Contenido.....	70
Tabla N° 24 Análisis de Contenido.....	71
Tabla N° 25 Análisis de Contenido.....	72
Tabla N° 26 Análisis de Contenido.....	73
Tabla N° 27 Análisis de Contenido.....	74
Tabla N° 28 Análisis de Contenido.....	75
Tabla N° 29 Análisis de Contenido.....	76
Tabla N° 30 Análisis de Contenido.....	77
Tabla N° 31 Análisis de Contenido.....	78
Tabla N° 32 Análisis de Contenido.....	79
Tabla N° 33 Análisis de Contenido.....	80
Tabla N° 34 Análisis de Contenido.....	81

Tabla N° 35 Análisis de Contenido.....	82
Tabla N° 36 Análisis de Contenido.....	83
Tabla N° 37 Análisis de Contenido.....	84
Tabla N° 38 Análisis de Contenido.....	85
Tabla N° 39 Análisis de Contenido.....	86
Tabla N° 40 Análisis de Contenido.....	87
Tabla N° 41 Análisis de Contenido.....	88
Tabla N° 42 Análisis de Contenido.....	89
Tabla N° 43 Análisis de Contenido.....	90
Tabla N° 44 Análisis de Contenido.....	91
Tabla N° 45 Análisis de Contenido.....	92
Tabla N° 46 Análisis de Contenido.....	93
Tabla N° 47 Análisis de Contenido.....	94
Tabla N° 48 Análisis de Contenido.....	95
Tabla N° 49 Análisis de Contenido.....	96
Tabla N° 50 Análisis de Contenido.....	97
Tabla N° 51 Análisis de Contenido.....	98
Tabla N° 52 Análisis de Contenido.....	99
Tabla N° 53 Análisis de Contenido.....	100
Tabla N° 54 Análisis de Contenido.....	101
Tabla N° 55 Análisis de Contenido.....	102
Tabla N° 56 Análisis de Contenido.....	103
Tabla N° 57 Análisis de Contenido.....	104
Tabla N° 58 Análisis de Contenido.....	105
Tabla N° 59 Análisis de Contenido.....	106
Tabla N° 60 Análisis de Contenido.....	107
Tabla N° 61 Análisis de Contenido.....	108
Tabla N° 62 Análisis de Contenido.....	109
Tabla N° 63 Análisis de Contenido.....	110
Tabla N° 64 Análisis de Contenido.....	111
Tabla N° 65 Análisis de Contenido.....	112
Tabla N° 66 Análisis de Contenido.....	113
Tabla N° 67 Análisis de Contenido.....	114
Tabla N° 68 Análisis de Contenido.....	115
Tabla N° 69 Análisis de Contenido.....	116
Tabla N° 70 Modelo Operativo.....	126
Tabla N° 71 Matriz del Plan de Evaluación.....	134

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Las redes sociales son una de las tendencias más utilizadas por las personas en el mundo, por medio de esta plataforma virtual las personas se comunican y comparten información en cuestión de segundos. Es ahí que los medios de comunicación tradicional buscan incursionar en estos canales de comunicación alternativos con el propósito de conseguir o recuperar audiencia de nuevos y propios públicos.

Las personas utilizan las redes sociales para promocionar negocios, hacer comentarios o simplemente comunicarse con amistades o seres queridos, a raíz de esto, se ha visto que los programas de noticias en los medios tradicionales de comunicación han incorporado en sus estrategias de periodismo a estas plataformas virtuales con el propósito de brindar una información más rápida y con una cobertura más amplia.

No es suficiente que un programa de noticias tenga cuentas en redes sociales, si no le dan un uso adecuado, por tal razón propongo diseñar un plan de comunicación para el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax Televisión lo que permitirá actualizar las noticias construidas en el departamento de prensa y mantener informada a la ciudadanía de los acontecimientos que suceden en la ciudad, la provincia y el país.

Palabras clave: Redes sociales, Comunicación, Medios de Comunicación, Noticia, Audiencia, Periodismo.

## **ABSTRAC**

Social networks are one of the trends most used by people in the world, through this virtual platform people communicate and share information in seconds. That is where the traditional media seek to penetrate these alternative channels of communication for the purpose of getting or recovering audiences of new and own public.

People use social networks to promote business, make complaints or simply communicate with friends or loved ones, as a result, it has been seen that news programs in traditional media have incorporated in their journalism strategies to these platforms With the purpose of providing faster information and wider coverage.

It is not enough that a news program has accounts in social networks, if they do not give an adequate use, for that reason I propose to design a communication plan for the management in the social networks of the informative content of the news program of Unimax Television which will allow updating The news built in the press department and keep the citizens informed of the events that happen in the city, the province and the country.

Key words: Social networks, Communication, Media, News, Audience, Journalism.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se basa en el manejo de redes sociales y el contenido informativo de Unimax Televisión, es importante señalar que en los últimos años los medios sociales se han convertido en generadores de información, uno de ellos es el Twitter que incluso es utilizado por las Instituciones del Estado para realizar comunicados o mantener a la ciudadanía informada de las actividades que realiza, a nivel europeo los medios de comunicación e incluso los periodistas ya manejan las redes sociales e incluso sacan temas de investigación para buscar la noticia, mientras que en el Ecuador son contados los medios de comunicación que generan contenidos informativos a través de las redes sociales, aquí el problema radica que los medios de comunicación no le dan mucha importancia a estos medios alternativos y descuidan esta otra parte de la comunicación, la llamada Comunicación Digital, los medios de comunicación tradicional tienen que innovar, evolucionar y no ver al internet como su competencia, más bien deben ser visionarios y pensar en el futuro, en el caso de Unimax Televisión, el medio posee cuentas de redes sociales, sin embargo no le dan el uso adecuado es decir; comparten información cuando la persona encargada tiene tiempo de hacerlo, o simplemente no lo hace, son varias razones que afecta directamente al medio de comunicación para potencializar sus redes sociales.

En esta investigación se analizará el manejo en las redes sociales del contenido informativo de Unimax Televisión, es decir establecer el tipo de contenido, el tiempo de actualización de las páginas, utilizando las diferentes metodologías de investigación, que coadyuven a visibilizar los problemas que tendría el medio de comunicación, para finalmente proponer una posible solución a la problemática que tendría el canal televisivo en el tema del manejo en las redes sociales y el contenido informativo de Unimax Televisión.

**Línea de investigación:** Comunicación y Economía

# **CAPÍTULO 1**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. Tema**

EL MANEJO EN LAS REDES SOCIALES Y EL CONTENIDO INFORMATIVO DE UNIMAX TELEVISIÓN EN EL AÑO 2016

### **1.2. Planteamiento del Problema**

#### **1.2.1. Contextualización**

En el Ecuador el tema de la difusión de contenidos informativos que imparten los canales de televisión a nivel nacional a través del internet, en los últimos años ha ido evolucionando, si bien es cierto, desde la aparición del internet en la vida de las personas, ha posibilitado que la comunicación se vuelva rápida e interactiva puesto que ahora, solo con un clic la información puede llegar a varias partes del mundo.

Según datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2013 el porcentaje de personas que tienen acceso a internet ya sea por computadora, una laptop o un teléfono inteligente, era casi la mitad de la población, sin contar que son datos de hace 3 años atrás, sin embargo las nuevas tecnologías de información y comunicación cada día va evolucionando y mejorando (INEC, 2013).

En la actualidad las redes sociales se han convertido en la fuente de información de la mayoría de personas, según datos emitidos por el INEC en el 2014, alrededor de un 98% de personas encuestadas sobre una franja de edad de los 12 años en adelante, entre adolescentes, jóvenes y adultos, poseen un cuenta en Facebook dando como resultado a esta red social como la más utilizada libre de Twitter, YouTube, WhatsApp, Skype entre otras. La mayoría de medios de comunicación utilizan las redes sociales para interactuar con las personas, ya sea estos para captar seguidores, vender publicidad o para receptor denuncias o sugerencias en algunos de los casos, sin embargo hoy por hoy la utilización de estas herramientas tecnológicas cada día se van afianzando más en la retina de las personas y es por eso que la prensa escrita, hablada y televisiva de a poco le pone importancia al manejo de la redes sociales (INEC, 2014).

Un estudio realizado por CIESPAL en el año 2012 determina que en el Ecuador existe un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y 4 revistas. Las provincias con mayor cantidad de medios digitales son Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro; haciendo ver que la región sierra es donde más medios se registran, por otro lado las provincias que carecen de medios digitales son Napo, Orellana, Zamora y Carchi (CIESPAL, 2012)

Como señala Serrano (2011), editor colombiano de Medios Interactivos: “Hoy el ecosistema mediático es un complejo escenario formado por profesionales, usuarios y máquinas que con distintos lenguajes y formas de narrar crean e intercambian contenidos en plataformas digitales”. La utilización del Internet dentro de los medios de comunicación ecuatoriana a comparación de años anteriores se ha incrementado, al parecer lo que parecía una amenaza para los medios tradicionales frente al internet, lo han acogido como una oportunidad para potencializar la tecnología con la comunicación, es decir, dar paso a otro mundo a otra esfera “la digital”. Según datos del INEC en el 2015 el 32,8% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 10,3 puntos más que hace cuatro años, eso sin contar que el gobierno nacional en su política

pública consta la democratización y universalización del acceso a las tecnologías de la información y comunicación, en donde ha proporcionado internet a diferentes espacios públicos, instituciones educativas fiscales, Infocentros, entre otros (INEC, 2015)

Para saber utilizar de una manera efectiva las redes sociales hay que partir desde la persona especializada en aquello, según Juan Carlos Mejía Llano en su libro “La guía del Community Manager Estrategia, táctica y herramientas” el Community Manager o Gestor de Comunidades, es aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes, en el caso del medio de comunicación será la persona encargada de subir información, receptar alguna sugerencia y sobre todo actualizar las paginas para que los seguidores de las cuentas en redes sociales puedan informarse de lo que sucede en su entorno (Mejía, 2013).

Para ser un Community Manager según Juan Carlos Mejía Llano tiene que tener ciertas habilidades sociales tales como: ser creativo, saber escuchar, tener la capacidad de expresar muy claramente sus ideas a través de medios escritos, ser paciente a la hora de responder alguna queja y no salir de sus casillas, ser cordial, empático, asertivo y sobre todo humilde, además señala otras habilidades como: ser organizado esto para poder realizar varias tareas al tiempo, resolutivo, que sea muy buen lector, curioso y tenga la capacidad de autoaprendizaje para mantenerse actualizado, es necesario que le apasione la nuevas tecnologías y tenga conocimientos básicos del internet y la Web 2.0 puesto que en ese ambiente donde se desempeñará permanentemente, el trabajo en equipo es fundamental para coordinar con otras personas y agilizar el trabajo, la capacidad de liderar, ser un moderador es esencial para mantener un ambiente cordial con los usuarios y por ultimo debe tener mucho sentido común para tomar decisiones (Mejía, 2013).

El informativo que comparten los noticieros de los canales de televisión por medio de las redes sociales según el mapa de medios digitales del Ecuador en el 2012 donde se encuentran Ecuador TV, Teleamazonas, RTU, Telerama, Canela TV, Ecuavisa, TC televisión, Canal Uno, La Tele, Gama TV y RTS, en cuanto a la información que publican el 25% de canales de televisión publican información nacional; un 18% información internacional, el mismo porcentaje publican información de farándula y promocional y solo un canal publica información local. La información es actualizada diariamente en un 91%, es decir, seis de los 11 medios observados aplican inmediatez en la actualización de sus contenidos en cambio cinco no actualizan con ese rango. Las redes sociales más utilizadas por los medios televisivos en sus plataformas de internet se distribuyen de la siguiente manera: Facebook, con un 29%; Twitter y Youtube un 21%; servicio RSS con un 12% y un 6% de los medios usan la plataforma Justin.TV (CIESPAL, 2012).

En este mapeo de medios también se lo hizo con canales de televisión local de algunas ciudades tales como: Telesucesos, Caravana TV, Íntimas, Telecuenca, UNSION TV, CAÑARTV, Televisión Manabita, Oromartv, TVN canal, TVS Chimborazo, Unimax, Televisión, Ambavisión, UV Televisión, Ecotel TV, Norvisión, AustralTV, UNIVISA, EspolTV, ENTV - Grupo Corporativo del Norte. La información que más se observa según esta investigación es nacional con un 24 %, es decir nueve medios; corporativa 22 % con ocho; local 19 % con siete; internacional cuatro que representan el 11 %; y farándula con un 8 %, es decir tres medios. En cambio a lo que se refiere a la actualización de información el 47% lo hacen diariamente; un 32% no lo hacen, mientras que un 11% lo hace semanal y mensual; y el resto quincenal. Además en este mapeo de medios de televisión a nivel local, la red social más utilizada es el Twitter, seguida por Facebook, Ustream, YouTube, Justin TV y sistema RSS (CIESPAL, 2012).

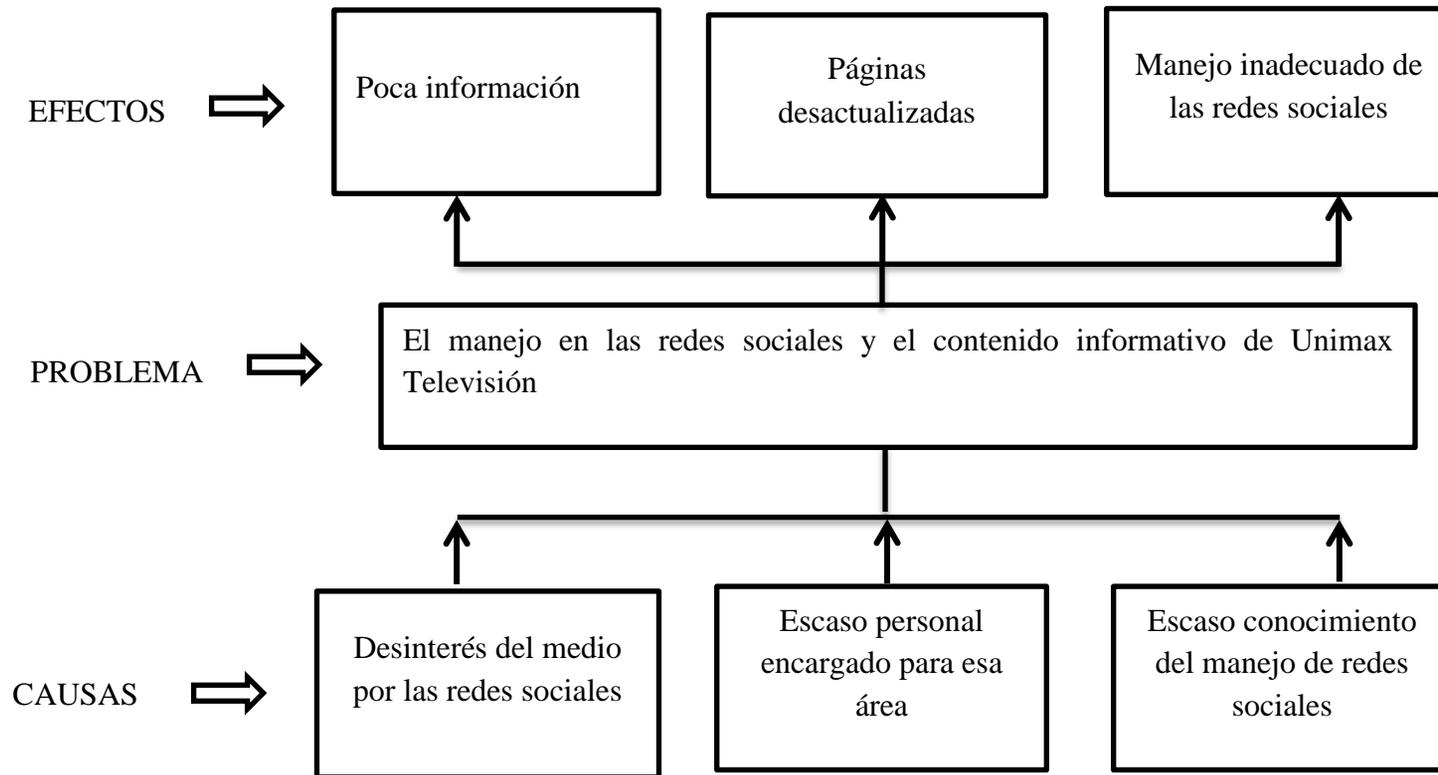
Es importante señalar que los datos por lo general se van incrementando paulatinamente puesto que la tecnología con el pasar de los años se va desarrollando cada vez más, por otro lado las vías de comunicación se van acoplando a las nuevas tecnologías de comunicación e información, es por eso que el tema de generar contenidos informativos y compartirlos en redes sociales es importante para un medio de comunicación, porque con eso puede llegar con la noticia a miles de personas y aparte puede ser una alternativa para que el medio pueda fortalecer su imagen institucional por medio de la web.

Unimax Televisión es un medio de comunicación regional, enfocada a comunicar e informar mediante lealtad, responsabilidad, honestidad, unidad, transparencia, eficacia y servicio social (Unimax TV, 2012). Su parrilla de programación está basada en tres ejes informar, entretener y educar. En el eje que se centra esta investigación es el manejo de la información recabada por el departamento de noticias y difundida en las redes sociales de del medio de comunicación.

Una vez realizado el acercamiento al medio de comunicación, haber dialogado con los principales actores en el tema de redes sociales y el contenido informativo del noticiero televisivo, y además haber realizado un monitoreo a las páginas que utilizan, se ha podido evidenciar que existe un deficiente manejo de las redes sociales, donde existen páginas que están desactualizadas, la información que suben a las plataformas virtuales en algunos casos no son actuales, así lo dio a conocer el director de noticias, criterio que lo comparte el productor general quién señaló que hacen todo lo posible para actualizar la información en las distintas plataformas virtuales que manejan ya sea Facebook, Twitter o YouTube o la propia página web de la institución, pero para el medio de comunicación el problema radicaría en que no existe una persona que trabaje específicamente en esa área, dado que la situación económica que atraviesa el canal no le da para contratar más personal.

Entre las redes sociales que más información comparten es Facebook, pero la utilizan en cierto modo como un perfil personal, comparten fotos sin alguna descripción de lo que aconteció, en el caso de Twitter, YouTube y sobre todo la Página Web del canal no hay información actualizada, y en esta última sólo se puede observar la señal online.

## Árbol de problemas



**Grafico N° 1** Árbol de problemas  
**Elaborado por:** Aldás Omar

### **1.2.2. Análisis crítico**

El desinterés por las redes sociales es una de las causas que afecta a un medio de comunicación, y provoca que el contenido informativo no sea subido en las plataformas virtuales, en la actualidad la mayoría de personas posee un aparato tecnológico, que con facilidad lo puede usar y así conectarse a la internet y por medio de aquello poder buscar cualquier información o enterarse de lo que sucede a su alrededor y por ende generar un interacción con el medio pero en este caso no es así, la realidad es que existe un insuficiente manejo de redes sociales y el contenido informativo no es compartido en la web.

Al no existir una persona que se encargue específicamente del manejo de redes sociales causaría que las distintas plataformas virtuales estén desactualizadas, cabe recalcar que la situación económica actual del país impide que el medio pueda contratar personal, y por consecuencia genera que la contenido informativo no se subido a las redes sociales.

El escaso conocimiento del manejo correcto de las redes sociales también es un problema porque hay parámetros que se debe seguir, al menos el contenido que se suba a la red, tiene que ser verificada, contrastada, actual porque de eso también depende la imagen del medio de comunicación y sobre todo la responsabilidad ética y moral con las personas que navegan la web.

### **1.2.3. Prognosis**

El manejo en las redes sociales es uno de los problemas que tiene el medio de comunicación, en la actualidad las personas se informan más rápido por las redes sociales ya sea Facebook, Twitter, YouTube, etc., sin embargo, las falta de personal y el

poco conocimiento del manejo de estas plataformas virtuales hace que las redes permanezcan desactualizadas.

Si no se resuelve este problema, ocasionaría que el medio de comunicación no innove y se quede estancado en lo tradicional, actualmente las nuevas tecnologías de comunicación hace posible que la información llegue a muchas personas, gracias a la inmediatez, por tal razón el medio de comunicación debe acoplarse a este nuevo mundo y no verlo como una amenaza, más bien como una fortaleza, claro eso sí tomando en cuenta que hay que conocer del tema y estar en constante capacitación.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Existe un manejo inadecuado en las redes sociales del contenido informativo de Unimax Televisión?

#### **1.2.5. Preguntas directrices**

1. ¿Qué tipo de contenido se comparte en las redes sociales de Unimax Televisión?
1. ¿Cuál es el tiempo de actualización de la información en las redes sociales Unimax Televisión?
2. ¿Qué estrategia comunicacional permitiría mejorar el manejo en las redes sociales de Unimax Televisión?

#### **1.2.6. Delimitación del problema**

**Delimitación de contenido:**

**Campo:** Comunicación y Economía

**Área:** Comunicación Estratégica

**Aspecto:** Manejo de Redes Sociales

**Delimitación espacial:**

La investigación se realizará en el medio de comunicación.

**Delimitación temporal:**

La presente investigación se realizará en noviembre y diciembre de 2016.

**1.3. Justificación**

El interés de esta investigación radica fundamentalmente en analizar el manejo en las redes sociales del contenido informativo de Unimax Televisión y de esta manera conocer los problemas que padece el canal televisivo y a la vez proponer una solución que permitan al medio difundir contenido noticioso a través de las distintas redes que poseen, basado en estrategias comunicacionales que faciliten el trabajo y le dé más agilidad a las plataformas virtuales.

Este tema es importante porque ayudaría al medio de comunicación a potencializar el manejo del contenido informativo a través de las redes sociales, y a la vez brindar una información rápida, veraz y oportuna, y que todos puedan estar enterados de los hechos importantes que sucede en el cantón y la provincia.

El impacto que se desea lograr con dicha investigación es mejorar el manejo de las redes sociales, y que la información que se desarrolla en el departamento de noticias pueda ser difundida en el internet, en base a un plan estratégico comunicacional.

El beneficiario directo de esta investigación será el medio de comunicación, que gracias al mejoramiento en el manejo de las redes sociales se podría informar de forma ágil, rápida y precisa.

Es factible realizar esta investigación porque se tiene el visto bueno de los directivos del medio televisivo y están dispuestos a dar todas las facilidades para que este proyecto se lleve a cabo con normalidad.

La utilidad, de esta investigación será para el medio de comunicación, porque podría ser un modelo para que no solo el noticiero de Unimax Televisión potencialice su información en redes sociales, e incorporarse en los distintos programas que posee el canal de televisión.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax Televisión.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

2. Establecer el tipo de contenido que se comparte en las redes sociales de Unimax Televisión.
3. Determinar el tiempo de actualización de la información subida a las redes sociales de Unimax Televisión.

4. Diseñar un plan de comunicación para el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax Televisión.

## CAPÍTULO 2

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes investigativos

Revisado el repositorio de la Universidad Técnica de Ambato se encontró información sobre redes sociales pero no va direccionado al tema de investigación; es así, que se procedió a indagar en el portal web Proquest donde existen artículos científicos relacionados con el manejo en las redes sociales y el contenido informativo, que se sustentará en el presente trabajo de investigación.

En el artículo científico “Las guías de uso de medios sociales: regularización periodística y calidad informativa”, realizado por Sánchez Gonzáles y Méndez Muros realizan un primer diagnóstico de la puesta de los medios de comunicación de Sevilla por las guías de uso de las redes sociales para periodistas en el panorama actual de protagonismo de la audiencia que decide qué, cómo, cuándo y dónde consume la información. En donde evidencia que el 71,4% de los profesionales del periodismo que trabajan en medios de comunicación sevillanos son conscientes de la importancia de las redes sociales en su profesión. El 100% de los encuestados afirma que su medio está en Facebook y en Twitter, seguido del 85,7% en YouTube, seguido de un 28,5% en Flickr y Tuenti y con un 12% se hallan: Google+, Instagram, Linkeding, Storify y Vime (Sánchez y Méndez, 2015).

Los sitios considerados más útiles para la transmisión de información de sus medios son Twitter (71,4%), Facebook (42,8%), YouTube (28,5%), LinkedIn (14,2%),

Tuenti (14,2%). Los contenidos de los medios tradicionales difundidos en las redes sociales se divide: el 28% en todo tipo de contenido, en la misma proporción que a temas deportivos y locales, el 14% a contenidos relacionados con su programación, a temas sociales y de actualidad, además el 85,7% de los periodistas recurren a las redes sociales para conocer que opinan su público, esto frente al 14,2% que se expresa negativamente. Finalmente el 57,1% de los profesionales piensan que es muy importante la necesidad de contar con un manual o guía para el manejo de redes sociales (Sánchez y Méndez, 2015).

Con respecto a estas conclusiones se podría afirmar que los profesionales en el periodismo saben que los medios sociales en la actualidad son importantes porque son nuevos canales para compartir y difundir información, en donde las personas pueden informarse más rápido, por otro lado uno de los inconvenientes que podrían acarrear es el desconocimiento de cómo manipular estas nuevas herramientas de comunicación, como crear credibilidad en sus contenidos puesto que en el internet existe una variedad de información, es así que en lo personal este artículo me da la brecha para aseverar que es importante la creación de un plan estratégico de manejo de redes sociales.

En el artículo científico realizado por Eva Herrero Curiel que titula “El periodismo en el siglo de las redes sociales” expone y analiza los cambios que las redes sociales han producido en la profesión periodística en España, y que el trabajo del periodista ha sido transformado por las nuevas tecnologías, el acceso a la información, fuentes o sistemas de verificación se han visto modificados por el uso de las redes sociales como herramienta principal en su trabajo diario dentro de las redacciones, en dicha investigación se llega a la conclusión de que los medios de comunicación están llevados a cabo diferentes estrategias para posicionarse en las redes sociales, estrategias que van desde crear sus propios perfiles, hasta diseñar guías de estilo o recomendaciones para que sus periodistas usen de forma adecuada los Social Media, por otro lado abrir un espacio debate en el seno de las redacciones, o entre los periodistas, esto para abarcar

temas de cómo utilizar y aprovechar al máximo las nuevas plataformas sociales ofrecen, en fin, se puede considerar que el día de hoy los periodistas españoles están empleando los sitios sociales en su trabajo diario para contactar con fuentes, difundir información de su medio y para detectar nuevos temas. Aunque, en la mayor parte de los profesionales sigue existiendo desconfianza a estas nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación (Herrero, 2012).

Finalmente se puede acotar que estos Social Media en el continente europeo, en especial España, la mayoría de periodistas desconfían de estas herramientas tecnológicas de comunicación; sin embargo, la minoría ven estos como una oportunidad para desarrollar investigación y crecer como profesionales en el periodismo digital.

En el artículo científico “Las redes sociales: herramientas de alfabetización mediática de la prensa digital” realizado por Jorge Caldera Serrano y José Antonio León Moreno de la Universidad de Extremadura consiste en analizar cómo el uso de las redes sociales mejora el acceso y utilización de medios de información digitales en la red, para ello se identifica las ventajas de las redes sociales en el ámbito de la alfabetización tecnológica, y las ventajas que ofrece en la lectura de formatos diversos presentes actualmente en los medios digitales (Caldero y León, 2012).

En esta investigación se llega a las siguientes conclusiones: se debería cambiar la estrategia de comunicación, no se puede pretender modificar los hábitos de las nuevas generaciones, que la alfabetización mediática sirva para crear adeptos a formas tecnológicas cada vez más desechadas, los medios no sólo deben utilizar las redes sociales para dar cabida a la participación de los ciudadanos, sino difundir sus contenidos en las redes sociales para que sean interpretados. Además menciona que se acabó la comunicación unidireccional, y el medio de comunicación ya formaría parte del Cuarto Poder. Por otro lado indica que ahora no solo se debería dar información, también se debería explicar y e interactuar (Caldero y León, 2012).

Para finalizar sobre las conclusiones anteriormente expuestas se puede argumentar que la alfabetización mediática deberá ir direccionada de las redes sociales a los medios, para que los medios tradicionales de comunicación puedan acoplarse a las nuevas tecnologías de información y comunicación, y no intentar cambiar el hábito de buscar información de las personas, más bien que ellos puedan encontrar la información del medio en la web. Y así mejorar el acceso a la información y comunicación.

En el artículo científico realizado por Sonia González y Fátima Ramos del Cano de la Universidad Jaume I de Castellón con el tema “El uso periodístico de Facebook y Twitter: Un análisis comparativo de la experiencia europea” se analizó el uso periodístico de Facebook y Twitter en 41 medios europeos de referencia, obteniendo los siguientes resultados: respecto a la accesibilidad, uso y actividad concluye que Facebook y Twitter son las dos redes sociales en las que mayor presencia tienen los medios europeos, todos tienen un perfil de Facebook y todos menos uno disponen de una cuenta en Twitter, mientras que Google es la tercera red social e importancia. Los iconos de acceso a estos perfiles corporativos se encuentran mayormente en las páginas interiores y no en la principal, el uso prioritario que los medios de comunicación la dan a Facebook y Twitter es el de difundir información, seguido por el promocional.

Haciendo una comparación para definir qué actividades los medios realizan en las plataformas virtuales le dan a Twitter como para difundir información mientras que a Facebook como herramienta para promocionar (González y Ramos del Cano, 2013).

En el artículo “Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales” efectuado por Miguel Túñez López de la Universidad de Santiago de Compostela se analizó la actividad y los contenidos de 23 diarios de mayor tiraje en las redes sociales “puras” con más seguidores en España (Facebook, Twitter y Tuenti), atendiendo principalmente a cuatro categorías: interactividad, elaboración y presentación de contenidos; audiencias y seguidores; y

estrategias comerciales generando resultados como: los medios utilizan las redes como nuevas audiencias para sus contenidos en la versión on-line, No existe un modelo único que defina la presencia de diarios en las redes sociales sino que cada uno ha empleado una estrategia diferente al momento de relacionarse con los internautas, la comunicación en Twitter se aproxima a la esfera pública de la comunicación informal y oficial, en Facebook y Tuenti son contenidos que se apega a la esfera íntima de la comunicación informal. Es decir los medios se sitúan en la esfera pública y la comunicación oficial, por lo que los blogs, foros canales abiertos como YouTube y redes sociales como Twitter se aproxima a difundir contenidos informativos (Túñez, 2013).

Y finalmente las estrategias de los medios tradicionales estarían orientados más a innovar en aplicaciones y herramientas en sus entornos virtuales que hacer variaciones en los contenidos y fortalecer las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación (Túñez, 2013).

En el artículo científico “Uso y funciones de Twitter en periodistas españoles” realizado por Antonio Rodríguez y Javier García de la Universidad a distancia de Madrid menciona que la utilización de las redes sociales en internet, ha hecho que las fuentes y los canales informativos estén cambiando. Periodistas de los principales medios de comunicación españoles, han iniciado a utilizar redes sociales, en especial la red de Twitter, la firma de sus escritos, generalmente en géneros periodísticos de opinión, va acompañada en ocasiones por su Nick de esta red social, lo que estaría provocando que se convierta en escaparate publicitario de esta red social y de su propia marca personal. La inmediatez en la difusión de esta red social digital y su limitación a escribir hasta 140 caracteres, estaría provocando que la información y los titulares sean constantes y con más brevedad (Rodríguez y García, 2013).

Finalmente concluye que los periodistas utilizan el Twitter para compartir información, pero cierto porcentaje de periodistas analizados no vincula al medio de

comunicación en sus publicaciones, lo que hace parecer que el medio de comunicación para donde ellos laboran no manejan su red social, sin embargo según esta investigación la red social Twitter es la más utilizada para generar contenidos informativos.

En el artículo “La era digital y televisión autonómica: un estudio comparativo de las plataformas web, aplicaciones móviles y redes sociales de TV3 y BBC One” realizado menciona que el estudio exploratorio permite llegar a diversas conclusiones sobre la integración de los canales de televisión TV3 y BBC One al modelo de televisión social. En esta investigación se llegó a la conclusión de que las plataformas web continúan adaptadas a un estilo de tipo consumidor y ofertan poca interactividad al usuario, por otro lado, las aplicaciones móviles serían más un sistema de visualización pasiva de contenido, de video, que no generaría una interacción con los usuarios, con pequeñas excepciones en aplicaciones BBC iPlayer, y por último indica que la presencia en redes sociales de los programas de BBC One y TV3 son amplias, puesto que un análisis de los perfiles oficiales de estos canales, se evidenciaría que los utilizan casi a diario y el uso elevado de fotografías (Gómez, 2015).

Para concluir, se podría decir que los medios de televisión con el pasar del tiempo, van acoplándose a las nuevas tecnologías de comunicación e información, el medio de comunicación ha parte de visualizar su programación en las plataformas web, tiene que utilizar otros mecanismos para que sea más interactivo por ejemplo: las redes sociales, aplicaciones móviles, entre otros.

En el artículo científico “Fuentes periodísticas y redes sociales en las noticias de Marta del Castillo” de Eva Herrero de la Universidad Carlos III de Madrid se analizó la utilización que los medios informativos digitales han hecho de las redes sociales como fuente en las noticias sobre el asesinato de Marta del Castillo y en el discurso elaborado paralelamente sobre ellas. Según esta investigación en la mayoría de las informaciones recabadas los medios presentan a las redes sociales como un factor peligroso y

desencadenante en la desaparición de la joven. Por otro lado, al mismo tiempo, dichas redes son utilizadas por los periodistas como fuentes principales para nutrir sus informaciones. Los resultados obtenidos mostraron que las redes sociales, específicamente Tuenti, han sido utilizadas como principal fuente de información en las noticias sobre este caso. En algunas ocasiones, configurándose como la única fuente de la noticia. Otro dato de esta investigación es que los periodistas consideran que la información alojada en Internet no puede ser utilizada como única fuente de información, sin embargo han reconocido haber utilizado alguna vez los contenidos de las redes sociales para escribir sus noticias (Herrero, 2012).

A comparación del Ecuador en España no hay una ley de comunicación que señale y restrinja cierta información de carácter reservado, el tratamiento de esas noticias generan especulación, y retraso en las investigaciones por parte de las autoridades, el manejo de las redes sociales en el caso de los medios de comunicación debe ser veraz, oportuna y con responsabilidad social, puesto que deben tratar a la noticia con “pinzas”, para no ir contra los derechos de los ciudadanos o ciudadanas, y ser una fuente confiable.

## **2.2. Fundamentación filosófica**

Esta investigación estará fundamentada bajo el paradigma crítico propositivo puesto que a través del mismo, se intenta determinar el problema existente, así como sus causas, y finalmente poder proponer alternativas de solución. Se iniciará de la comprensión y el conocimiento de situaciones similares, para luego aplicar a través de un proceso metodológico.

Según (Melero, 2011), el paradigma crítico se caracteriza por ser emancipador ya que invita al sujeto a un proceso de reflexión y análisis sobre la sociedad en la que se

encuentra implicado y la posibilidad de cambios que el mismo es capaz de generar (p. 344).

En cuanto el paradigma propositivo en la investigación no se detiene en la contemplación pasiva de los fenómenos, sino que además plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro-actividad (Melero, 2011).

Es importante señalar que un manejo adecuado de las redes sociales de un programa de noticias es sumamente delicado porque una información difundida y que no sea verificada puede provocar especulación y desinformación, es por eso que mediante la presente investigación se intentará mejorar el manejo del contenido informativo del noticiero de Unimax Televisión en las redes sociales, con la implementación de un plan estratégico de manejo de redes sociales y lograr que medio de comunicación televisivo pueda estar a la par con las nuevas formas de comunicación, como son las redes sociales o Social Media.

### **2.3. Fundamentación legal**

Esta investigación se fundamentará en la parte legal y jurídica, puesto que se sustentará en varios artículos de la Constitución de la República del Ecuador (2008), La Ley Orgánica de Comunicación (2013), como se lo detalla a continuación:

En la constitución de la República del Ecuador en la Sección Tercera en el capítulo sobre Derechos de Comunicación e Información señala lo siguiente:

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos, además al acceso universal a las nuevas tecnologías de información y comunicación, sin dejar de lado el derecho al acceso y uso de todas las

formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad y finalmente de integrar los espacios de participación previsto en la Constitución en el campo de la Comunicación.

**Art. 17.-** El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación y al efecto: facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

**Art. 20.-** El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

### **Ley Orgánica de Comunicación**

Según la Ley Orgánica de Comunicación en el Título I que comprende a disposiciones preliminares y definiciones se estipula lo siguiente:

**Art. 3.-** Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

**Art. 5.-** Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por

suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

**Art. 10.-** Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;

- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

### 3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

### 4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

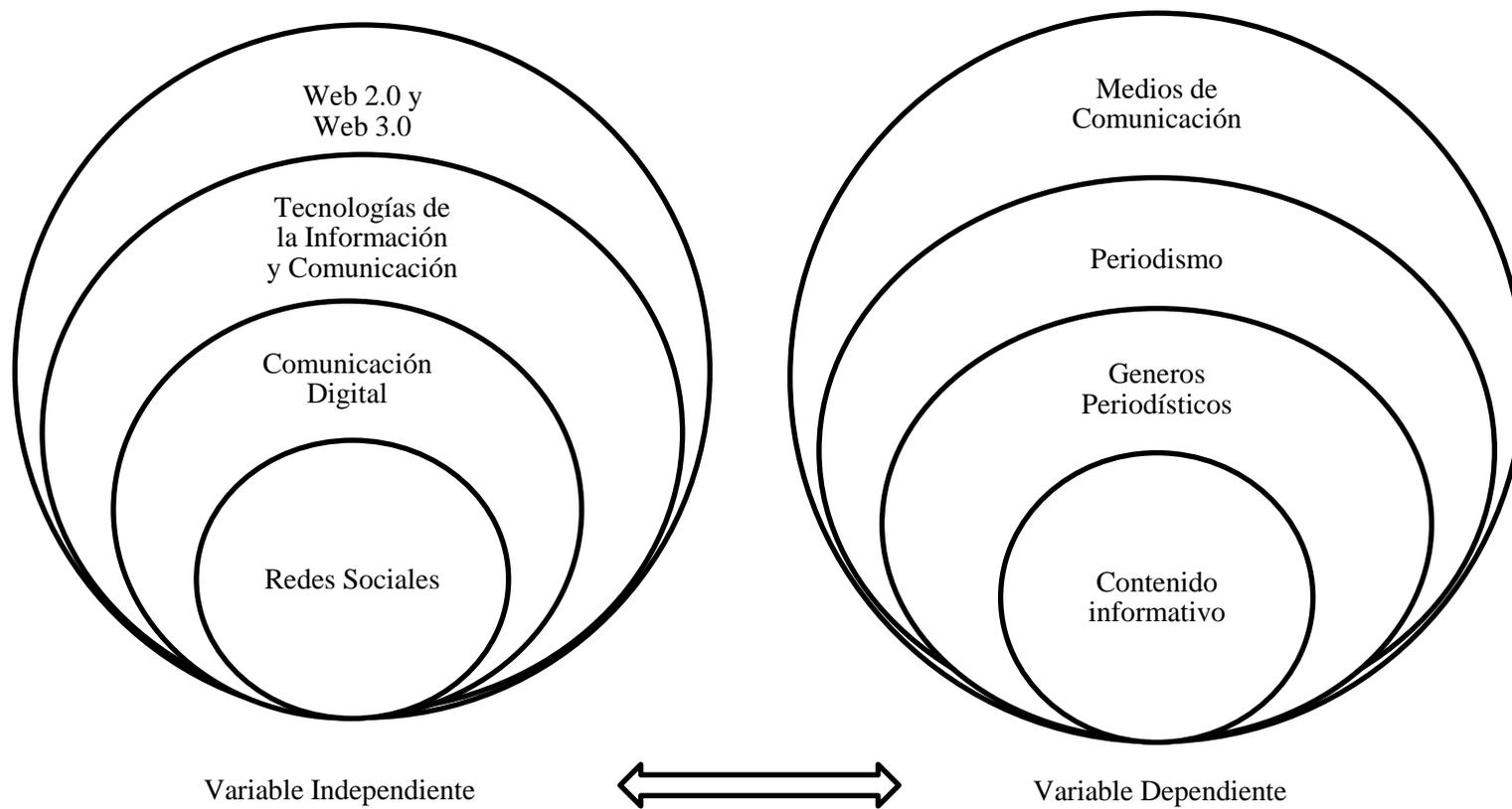
- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

## **REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN**

**Art. 2.- Contenidos en internet.-** Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales.

**Art.3.- Medios en internet.-** Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que se distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

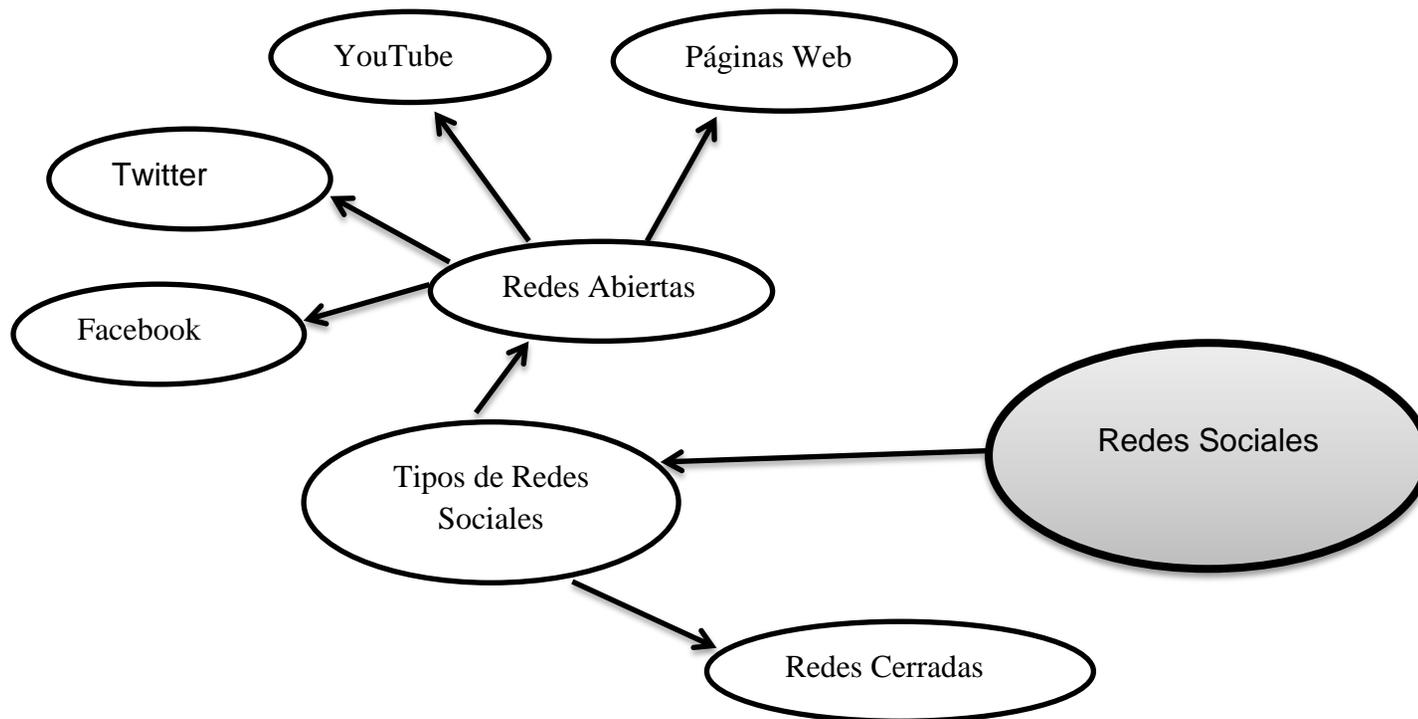
## 2.4. Categorías fundamentales



**Grafico N° 2** Categorías Fundamentales

**Elaborado por:** Aldás Omar

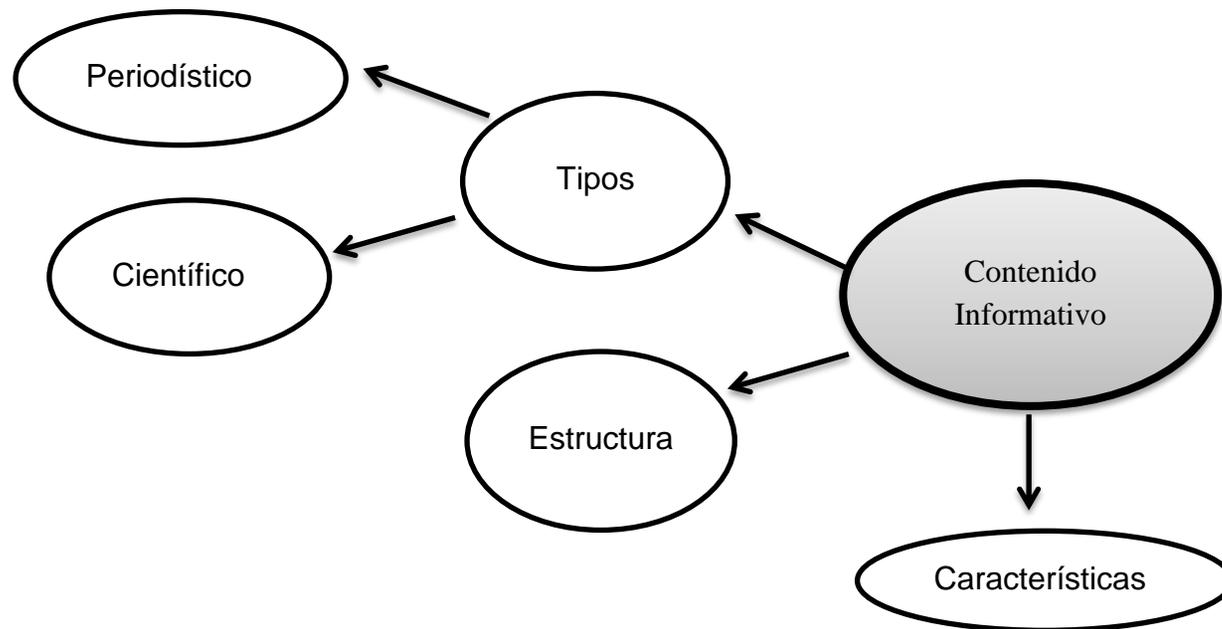
#### 2.4.1. Constelación de ideas de la variable independiente



**Grafico N° 3** Constelación de Variable Independiente

**Elaborado por:** Aldás Omar

**2.4.2. Constelación de ideas de la variable dependiente.**



**Grafico N° 4** Constelación de Variable Dependiente

**Elaborado por:** Aldás Omar

### **2.4.3. Conceptualización de la variable independiente**

#### **Redes sociales en el contexto virtual**

La finalidad de los sitios de redes sociales virtuales se basa en la creación de un perfil visible para los demás individuos lo que permite el contacto con otros usuarios, con esta actividad facilita la interacción con una gama amplia de personas y grupos en varias ubicaciones a nivel del mundo sin importar la distancia de las mismas estableciendo y afianzando la comunicación con otras personas (Ávila, 2012).

Winocur (2001), “establece que una red social virtual se define como un espacio de interacción e intercambio de ideas que son representativas en la comunicación y socialización de los integrantes de cada grupo”.

Una red virtual es una organización social de interacción social entre actores por medio de internet, estos sitios basados en el internet otorgan la posibilidad a las personas que navegan la red a compartir opiniones, comunicar, interactuar y definir entidades con objetivos afines que salen de la necesidad de las personas de interactuar con otros para concebir acuerdos, arreglos y consensos para lograr posibles soluciones a problemas específicos (Tenzer, Ferro y Palacios, 2009).

Las redes sociales son webs o aplicaciones en línea que permiten a las personas entrelazarse una con otra con el propósito de comunicarse entre sí; es una herramienta que facilita el intercambio de información, opiniones, fotografías, videos generando un vínculo entre las personas que utilizan este canal de comunicación.

Caldera y León (2012), menciona que “las redes sociales son formas de interacción social, que cuentan con intercambios rápidos, multidireccionales, entre personas, instituciones y grupos” (p. 185).

En los últimos años la existencia de estas plataformas virtuales ha hecho posible que las personas puedan informarse de los acontecimientos que ocurren en los distintos sitios del globo terráqueo de una forma más rápida generando en los usuarios una respuesta inmediata a aquellos sucesos.

Caldera y León (Citada en Villanueva y Casas, 2010) señalan que las competencias tecnológicas y de procesamiento informativo se clasifican de la siguiente manera, competencias que se adquieren con el uso activo de las redes sociales:

Competencia de comunicación: lo que se traduce en la habilidad de escribir de manera fluida y con calidad.

Competencia para el trabajo en equipo: intercambio de ideas, debate, tolerancia, etc.

Competencia para la resolución de problemas: innovación e iniciativa.

Competencias relacionadas con el emprendimiento y la creatividad.

Competencias relacionadas con el contacto entre personas y su organización (p.187).

Según Ramos y Pedraza (2009), menciona que las funciones de las redes sociales de internet pueden resumirse en las 3Cs:

- Comunicación (ayudan a poner en común conocimientos).
- Comunidad (ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación (ayudan a realizar cosas juntas) (p. 2).

### **Tipos de Sitios de Redes Sociales en Internet**

Ramos y Pedraza (2009) menciona que las redes sociales se clasifican en:

Redes Masivas: Son aquellas donde cualquier persona o institución puede crear o participar. En estos espacios el internauta se registra con el fin de compartir

contenidos y de hacer nuevos contactos. La interacción entre los usuarios es mayor. Las redes sociales masivas más conocidas son: Facebook, Myspace, Twitter, Hi5, Youtube, y los Blogs.

Redes Cerradas: Son aquellas creadas para permitir el acceso sólo a un grupo de personas selecto o que pertenezcan a un grupo en particular. Ejemplos: Redes universitarias (p. 3).

Según la investigación realizada por el equipo de Estudios del ONTSI determina que los sitios de redes sociales se clasifican en:

### **Sitios de Redes sociales directas**

Son redes sociales directas aquellas cuyos servicios prestados a través de la web en los que hay colaboración entre grupos de individuos que comparten los mismos intereses e interactuando entre sí, con igualdad de condiciones pueden controlar la información que publican. Los usuarios crean perfiles para gestionar su información personal y la relación con otros usuarios, además los perfiles suele estar condicionada para restringir la visita de otros usuarios, esto como parte de la privacidad que se puede generar (Ureña, Ferrari, Blanco y Valdecasa, 2011).

Las Redes Sociales directas se clasifican por la forma en función al enfoque que se le puede generar:

Según su finalidad se clasifica en redes sociales de ocio, es decir el usuario busca entretenimiento y mejorar sus relaciones interpersonales a través de estos sitios virtuales y en redes sociales de uso profesional en este caso los usuarios buscan promocionarse a nivel profesional e incrementar su agenda de contactos profesionales.

Según su modo de funcionamiento se clasifica en:

- Redes sociales de contenido; aquí el usuario crea contenidos ya sean escritos o audiovisuales y comparte a través de la red social con otros usuarios
- Redes sociales basadas en perfiles tanto personales como profesionales, en este tipo de redes suele ser obligatorio la creación del perfil para poder emplear todas las funciones de esta red.
- Redes sociales de microblogging o conocida como nanoblogging, estas sirven para compartir y comentar pequeños paquetes de información que son emitidos desde dispositivos móviles o fijos que facilitan el seguimiento de los mismos por parte de los cibernautas.

Según el grado de apertura se clasifica en:

- Redes sociales públicas, estas se caracterizan por ser empleadas por cualquier usuario que cuente con un dispositivo de acceso a Internet, sin la requerimiento de pertenecer a un grupo u organización definida.
- Redes Sociales privadas, estas son empleadas por cualquier tipo de usuario pero solo se puede tener acceso por la pertenencia a un grupo u organización específica privada que suele hacerse con el costo de esta.

Según el nivel de integración se clasifica en:

- Redes sociales de integración vertical y de integración horizontal

Entre las redes sociales directas están: Facebook, YouTube, Wikipedia, hi5, Meetic, LinkedIn, Xing, MySpace, Fotolog, Menéame (Ureña, Ferrari, Blanco y Valdecasa, 2011).

## **Sitios de Redes sociales indirectas**

Son aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos quien controla y dirige la información, estos se clasifican en foros y blogs (Ureña, Ferrari, Blanco y Valdecasa, 2011).

### **Facebook**

García y Alende (2014), menciona que facebook se presenta como plataforma por antonomasia. Aquellos que tienen cuenta en esta red y la utilizan explican que, de los motivos que los llevan a usarla, el más frecuente es la facilidad para mantener el contacto con el círculo social cercano, localizar a amigos o hacer planes. Informarse, expresarse y mantener conexión con el círculo social lejano son otras de las razones que llevan a los españoles a decantarse por esta plataforma (p.323).

Cerviño (Citada en Kaplan y Haenlein, 2010), Facebook es una típica página de red social: los usuarios se conectan mediante la creación de un perfil con información personal, invita a otros usuarios para que formen parte de su red personal y le permite enviar mensajes instantáneos, compartir fotos, noticias y videos (p.32).

Facebook es una plataforma virtual que más ha revolucionado el mundo de las redes, al inicio de su creación era un sitio solo para estudiantes universitarios, según comentó su creador Mark Zukerberg, esta plataforma fue creada para el intercambio de información entre estudiantes de la Universidad de Harvard, y viendo que la acogida de las personas, decidió emprender este proyecto a escala global. En el año 2015, según la publicación de Manuel Moreno en el portal web TreceBits, esta red cuenta con 1.490

millones de usuarios a nivel mundial, siendo catalogada como la red más popular en internet.

## **Twitter**

Es una plataforma virtual gratuita de fácil acceso la cual permite a sus usuarios estar en contacto con personas de su agrado por medio de mensajes de texto a los que denominan “Tweets”.

Twitter fue fundado por estudiantes de la Universidad de Cornell en Nueva York con el objetivo brindar a los usuarios de internet un nuevo servicio de mensajería instantánea, en donde la información pueda ser compartida entre amigos fácilmente. Ya en la actualidad este sitio web se ha transformado una red más informativa y escogida por periodistas, medios de comunicación y entidades estatales como el canal para difundir su contenido informativo.

Para (Cerviño, 2013), Twitter tiene características combinadas de múltiples tipos de medios sociales, tiene un su ADN el principio de las páginas web personales (blogs), lo que hace con que la red sea normalmente definida como un microblogging. 'Micro' hace referencia al tamaño permitido en cada una de las publicaciones. A diferencia de los blogs, que normalmente no tienen límite de tamaño, cada publicación en Twitter debe tener como máximo 140 caracteres.

Los mensajes solo permiten textos planos, pero en la actualidad se puede enviar fotos y videos de máximo 30 segundos o comparten links de antes de la publicación.

Para comprender el funcionamiento comunicativo de Twitter hay dos conceptos básicos: hashtag (#) y trendtopics (TT). Un hashtag es una cadena de caracteres formada

por una palabra o una frase que representa un tema. Siempre son precedidos por una almohadilla, con el fin de que el sistema de metadatos los identifique (Ayes, 2010).

En Twitter es común que cada mensaje contenga también uno o más hashtags relacionados al tema de su contenido. Una vez que el sistema reconoce los hashtags, es posible hacer un listado de los temas más repetidos en un momento concreto en Twitter, las diez más relevantes se muestran en la página de inicio de Twitter y el usuario puede elegir el ámbito geográfico de las hashtags. A este listado se llama Trending Topics, un indicativo de los temas más populares de la agenda pública en un momento específico. (Brambilla, 2011)

## **YouTube**

Este sitio fue creado por empleados de PayPal en el año 2005 y luego fue vendido a Google, esta plataforma es utilizada por millones de personas, puesto que en ella se puede almacenar o subir y compartir videos, además utiliza un reproductor en línea basado en Adobe Flash como servidor.

(Bañuelos, 2009), la construcción “YouTube”: Broadcast Yourself”, posee múltiples significados, es una expresión metafórica y altamente polisémica que apunta al “yo”. YouTube podemos traducirlo como “Tu receptor o transmisor de difusión televisiva”, dado que “Tube” se refiere al dispositivo o tubo (“picture tube”) de electrones donde se genera la imagen televisiva. Sugiere también la noción de “yo” convertido en “transmisor” (p.4).

Este sitio web es utilizado para subir películas, documentales, programas de televisión y sobre todo videos musicales, también tiene la facilidad de transmitir en tiempo real gracias que cuenta con un espacio o canal propio, en fin esta red social es una de las más visitada por sus características antes mencionadas.

## **Páginas Web**

Millenium (2003), comenta que “una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contienen información específica de un tema particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo” (p.19).

Las páginas web son canales, en donde se puede difundir información la cual se desarrolla mediante un lenguaje denominado HTML (Hypertext Markup Language).

Entre las variadas características que posee una página web esta la información de texto y la de tipo audiovisual, estas plataformas son utilizadas por la mayoría de empresas, instituciones para dar a conocer los servicios que estas ofrecen.

La Web tiene una estructura Cliente-Servidor de forma que los proveedores de información (servidores) atienden a las peticiones de los programas cliente (normalmente denominados navegadores o browsers) que son manejados por el usuario final. Además, este software cliente, por ser más moderno, tiene la peculiaridad de que es capaz de entenderse con otro tipo de servicios o protocolos, como son ftp, news, gopher, etc. de manera que sólo hace falta un programa para utilizar todos los servicios disponibles en la red (Rodríguez, 2008).

## **Manual de Manejo de Redes Sociales**

Un manual de manejo de redes sociales es sumamente importante porque de eso depende que la información que se comparta llegue de una forma adecuada a las personas, si bien es cierto las redes sociales en los últimos años se han transformado en canales de comunicación masivos muy importantes dejando de lado a la televisión y a la prensa escrita, es por eso que hay que establecer un manual de manejo de redes sociales.

Según Barrionuevo, Estupinyà, Marichal, Mezquita, Nonó y Vaquer (2014), es importante defender y salvaguardar la imagen de la empresa o institución en la web, por tal motivo es primordial instaurar normas de uso y estilo en las redes sociales para darle un buen uso:

### **1. Principios de actuación**

- La comunicación y difusión del contenido virtual debe ser eficaz como la presencial.
- El trabajo en las redes y espacios sociales en la web debe ser clara, entendible.
- Colaborar y compartir con otros usuarios de la red debe ser uno de los principales objetivos.
- La información y las respuestas que se ofrecen en las distintas cuentas de redes sociales que posee la institución deben someterse a criterios de pertinencia, adecuación y objetividad.
- Debe haber corresponsabilidad, es decir, hay que conocer las normas básicas en las redes sociales y dar a conocer a los representantes de la institución qué debemos comunicar y cómo llevarlo a cabo.
- La confidencialidad y el respeto es fundamental para el manejo de la información en las redes sociales y siempre dando paso a la participación con los demás usuarios que generan comentarios en las redes sociales de la institución.

### **La Comunicación Digital**

La comunicación digital es un proceso de producción y distribución de información que mediante las tecnologías digitales permiten que aquellos datos puedan ser transmitidos.

El espacio digital abre una brecha para que la información que solo se tenían plasmados en libros pueda ser ahora digitalizados para luego ser compartidos por todo el mundo gracias a la globalización digital.

(Maisanche, 2015), la comunicación digital se convierte en un fenómeno que va creciendo de forma vertiginosa y cambiante que logra modificar las diversas producciones y se relacionando entre los medios masivos y sus receptores. Tal situación involucra los aspectos unidos a la práctica profesional del comunicador social y, por ende, demanda una constante actualización profesional junto a una reconsideración próxima de su lugar en el mundo en cuanto a saberes, habilidades y valores (p. 28)

En conclusión, la comunicación digital ayuda a que las personas de una forma más rápida y eficiente logren mantener contacto con familiares, amigos o afines mediante las páginas web, redes sociales, correos electrónicos entre otros.

### **Tecnologías de la información y comunicación (TIC)**

(Martínez, 1996), el concepto de Nuevas Tecnologías de la Comunicación engloba: “Todas aquellas tecnologías surgidas (fundamentalmente) a raíz del desarrollo de la microelectrónica, y que han transformado el mundo de las comunicaciones, tanto desde el punto de vista de la velocidad en el tratamiento de la información, como de la capacidad de transmisión y de las posibilidades comunicativas propiamente dichas”.

(González, Gisbert, Guillén, Jiménez, Lladó y Rallo, 1992) definen las Nuevas Tecnologías como un “nuevo conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información”.

Entonces se podría decir que las Tecnologías de la información y comunicación son de gran ayuda en diferentes ámbitos como: la educación, la investigación, entre otros que hacen que la comunicación y distribución de la información sea más rápida y accesible.

Las características que se destacan de las TIC son las siguientes:

- Inmaterial, es decir la información puede ser trasladada de forma transparente y rápida a sitios lejanos.
- Interactividad, esta sería la característica más relevante porque mediante las TIC se logra un intercambio de información entre el usuario y el computador.
- Interconexión, hace referencia a la creación de nuevas tecnologías a partir de la conexión o mezcla de otras dos tecnologías.
- Instantaneidad, esto quiere decir que gracias a las redes de comunicación la información se puede compartir a sectores muy lejanos del mundo.
- Elevados parámetros de calidad e imagen y sonido, aquí lo que se desea lograr es que las transmisiones sean de mejor calidad.
- Digitalización, el objetivo de digitalizar el texto, el audio y el video es que todos estos puedan ser transmitidos y receptados en un mismo formato.
- Innovación, esta característica es importante porque las TIC siempre están en constante cambio, con el propósito de brindar un buen servicio comunicacional.

## **Web 2.0**

El término Web 2.0, refiere a un segundo momento en la historia del desarrollo de la tecnología web, cuyas características principales tienen como base las comunidades de usuarios y una amplia gama de servicios que posibilitan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social (Cabrera, 2013).

A la Web 2.0 se le puede considerar como una plataforma de comunicación y trabajo en masas y que además se encuentra en constante cambio, podría ser un conjunto de servicios y aplicaciones que incentivan la cooperación, creación, difusión, publicación de contenidos.

Herrero (2012), menciona que “la Web 2.0 es un fenómeno que ha ido evolucionando a la vez que lo ha hecho Internet, a medida que aumentaban las destrezas del usuario y se desarrollaban aplicaciones o plataformas que permitían la participación ciudadana” (p. 455).

La Web 2.0 contiene las siguientes características:

- Sustituyen a las aplicaciones de escritorio.
- Comparten o mezclan datos.
- Los usuarios aportan a la Web 2.0 conversando, compartiendo imágenes, videos, subiendo información, organizando textos o entablando relaciones.

## **Web 3.0**

Según Albalá (2011) la expresión Web 3.0 fue acuñada por John Markoff, periodista del New York Times en Silicon Valley, en el año 2006, quien se refería a la Web 3.0 como la tercera generación de servicios de Internet caracterizada por una web inteligente, que incluye conceptos como: la web semántica, el lenguaje natural y las máquinas inteligentes.

La Web Semántica según Albalá (2011) detalla a una Internet con información mejor definida, que facilitaría a cualquier usuario encontrar respuestas de forma más rápida y sencilla.

(Alfaro, 2013) menciona que la web 3.0 o web semántica será una parte muy importante en la que se fundamenta la evolución del actual modelo de internet. Consiste en una nueva concepción del entorno web para un uso más natural por parte de los usuarios, desapareciendo la búsqueda por palabras clave para dar paso a la búsqueda por necesidades y en forma de expresión humana natural. Se trata de utilizar un lenguaje similar al que se usa en la vida cotidiana.

Es decir, al hablar de la Web 3.0 se refiere a todos los cambios que van sucediendo en el Internet, para tratar de darle más agilidad, rapidez y sencillez al momento de utilizar las plataformas virtuales.

### **2.5.4. Conceptualización de la variable dependiente**

#### **Contenido informativo**

El contenido informativo o también llamado texto informativo es aquella producción de contenido que permite al lector, al oyente o al televidente adquirir

información sobre algún suceso o acontecimiento actual, pasado o a realizarse ya sea el tema por difundir.

El texto informativo se lo puede dividir e en dos tipos: los periodísticos y científicos, el primero consiste en contar lo que sucede en el mundo ya sea a nivel social, político o económico de una manera real tal y cual cómo sucedieron las cosas, por otro lado el segundo da a conocer resultados de un estudio científico, por ejemplo: los avances para eliminar el virus del zika entre otros.

Pérez (2014), “La noticia es un texto narrativo-expositivo breve que relata de manera objetiva un acontecimiento actual y de interés general. Constituye el género básico del periodismo” (p. 11).

Según Serrano (2007) la noticia trata de un hecho o suceso que ya ocurrió o va ocurrir que a criterio del reportero será de interés público y que tiene la necesidad de ser difundido.

### **Características del Texto Informativo**

La **claridad** en la elaboración de un texto informativo es fundamental porque se trata de emplear de forma correcta las formas sintácticas y semánticas de manera que el mensaje pueda ser comprendido, además el lenguaje empleado debe ser familiar, cotidiano pero sin caer en vulgar (Mascioli y Romero, 2012).

La **concisión** es una de las características que no debe faltar es decir, utilizar las palabras indicadas e indispensables para expresar rápidamente lo que se desea decir o contar (Mascioli y Romero, 2012).

La **densidad**, consiste en redactar un texto en donde cada palabra y frase contengan el mayor peso informativo y de sentido a la información, es una característica que está relacionada con la concisión (Mascioli y Romero, 2012).

Ser **preciso** significa no dejar de lado hechos por sentados, utilizar el lenguaje exacto para que las personas entiendan el mensaje, usar frases sencillas y si hay palabras que no se entiendan hay que explicar lo que significa (Mascioli y Romero, 2012).

La **brevidad** no está relacionada con la falta de datos sino con la extensión de las frases (Mascioli y Romero, 2012).

Las características que debe poseer la noticia es la veracidad del suceso, la objetividad que tiene que emplear el periodista al contar el suceso, dejando de lado la opinión o juicio de valor, debe ser claro al momento de contar el suceso, la noticia debe presentarse con brevedad, y finalmente debe ser de interés social y no particular, de actualidad y proximidad (González, 2005).

### **Estructura del Contenido informativo**

Según Serrano (2007) La noticia es un texto periodístico que se compone de tres partes:

1. El lead, allí se escribe los datos más relevantes.
2. El cuerpo, es decir donde se da una breve explicación del cómo sucedieron las cosas.
3. El cierre, en el que se presenta ideas complementarias del hecho.

Para González (2005) la estructura de la nota informativa exige la presentación de toda la información noticiosa y en segundo término los datos que complementan.

## **2.5. Hipótesis**

El manejo inadecuado de las redes sociales provoca que el contenido informativo de Unimax Televisión no sea difundido a la ciudadanía.

## **2.7. Señalamiento de Variables**

**Variable Independiente:** Redes Sociales

**Variable Dependiente:** Contenido Informativo

## **CAPÍTULO 3**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Enfoque**

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo porque permite explorar los fenómenos en profundidad, analiza múltiples realidades subjetivas, contextualiza el fenómeno y su proceso de indagación es de tipo inductivo.

#### **3.2. Modalidad de investigación**

##### **3.2.1. De campo**

Se adoptará la modalidad de campo debido a que se investigará en el lugar de los hechos, los estudios se realizarán en las plataformas virtuales que posee el medio de comunicación con la finalidad de conseguir información referente a los objetivos propuestos para esta investigación.

#### **3.3. Nivel o tipo de investigación**

##### **3.3.1. Exploratorio**

Esta investigación se centra en el nivel exploratorio, porque al identificar las dos variables que corresponde a la presente tesis, se explorará la situación, se sondeará la

información y se verificará cada dato encontrado en la investigación para así generar hipótesis que ayude a poner en marcha una propuesta factible y viable a lo descubierto.

### **3.4. Análisis de contenidos**

El análisis de contenido es una técnica de interpretación de textos ya sean grabados, pintados, filmados u otra forma diferente donde pueda existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos o videos.

Ahora conceptualizando el término “análisis de contenido” es como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes” (Bardin, 1996).

Partiendo de la conceptualización de la metodología, en esta investigación el análisis de contenido se basará en la lectura visual del contenido informativo publicado en los sitios webs de redes sociales, en donde se verificará si cumplen o no con las características que debe tener un texto para ser informativo.

### 3.5. Operacionalización de Variables

#### 3.5.1. Matriz variable independiente: Redes Sociales

Tabla N° 1 Operacionalización de Variable Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas instrumentos
Las redes sociales son webs, aplicaciones en línea que facilita el intercambio de información, generando un vínculo entre las personas que utilizan este canal de comunicación.	Aplicaciones  Intercambio  Canal de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Twitter</li> <li>• YouTube</li>   <li>• Información</li>   <li>• Internet</li> </ul>	<p>¿El noticiero de Unimax Tv tiene cuentas en redes sociales?</p> <p>¿Considera que las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube) son herramientas importantes para difundir contenido informativo? ¿Por qué?</p> <p>¿Considera que el intercambio de información ayudaría a crear contenidos informativos para el noticiero de Unimax Tv? ¿Por qué?</p> <p>¿Con que frecuencia se sube información a las redes sociales del noticiero de Unimax TV?</p> <p>¿Cree que se necesita un plan de manejo de redes sociales para la difusión de contenido informativo del noticiero de Unimax Tv?</p>	Entrevista  Observación

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Aldás Omar

### 3.5.2. Matriz variable dependiente: Contenido Informativo

Tabla N° 2 Operacionalización de Variable Dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas instrumentos
El contenido informativo o también llamado texto informativo es aquella producción de contenido que permite al lector, al oyente o al televidente adquirir información sobre algún suceso o acontecimiento actual, pasado o a realizarse ya sea el tema por difundir, el cual debe ser claro, veraz, oportuno, inmediato, de actualidad, de interés social, y objetivo.	Clara Veraz Oportuna Inmediata Actualidad Interés Social Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación</li> <li>• Audio-Visual</li> <li>• Canal o Medio</li> </ul>	<p>¿De qué manera se genera la información en el noticiero de Unimax Tv?</p> <p>¿Qué tipo de contenido se maneja en el noticiero de Unimax Tv?</p> <p>¿El contenido informativo cumple con las características para ser difundido?</p>	Entrevista Observación

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Aldás Omar

### 3.6. Plan de recolección de información

Tabla N° 3 Plan de Recolección de Información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación y comprobar la hipótesis.
2. - ¿A quiénes?	Sujetos: Director de Noticias y Productor General de Unimax Televisión.
3. - ¿Sobre qué aspecto?	Sobre: El manejo en las redes sociales – El contenido informativo.
4. ¿Quién, Quienes?	Investigador: Omar Joselo Aldás Yanchapanta.
5. ¿Cuándo?	Durante noviembre y diciembre del 2016.
6. ¿Dónde?	Unimax Televisión
7. ¿Cuántas veces?	Una vez.
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Análisis de Contenido
9. ¿Con qué?	Matriz de observación
10. ¿En qué situación?	En un ambiente favorable.

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Aldás Omar

### 3.7. Plan de Procesamiento de Información

Tabla N° 4 Plan de Procesamiento de Información

PROCEDIMIENTO	EXPLICACION
Ordenamiento de la información	Por categorías (análisis de contenido) o por estratos (personal de trabajo).
Revisión crítica de la información recogida	Limpieza la información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.
Repetición de la recolección	En ciertos casos individuales para corregir faltas de contestación.
Tabulación manual o informática	Conteo o determinación de frecuencias
Presentación de la información en cuadros estadísticos de una sola variable o en cuadros de doble entrada	No corresponde a la investigación
Presentación de la información en gráficos estadísticos	No es necesario
Presentación de información estadística	No corresponde a la investigación
Discusión de la información	Análisis e interpretación de la información.
Formulación de conclusiones	Basadas en los resultados más importantes de la discusión.
Formulación de recomendaciones	Relacionadas con las conclusiones. Se recomienda formular una recomendación para cada conclusión.

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Aldás Omar

## CAPÍTULO 4

### ANÁLISIS Y RESULTADOS

#### ANÁLISIS DE CONTENIDOS

Para realizar la investigación se procedió a identificar la variable en la que se va analizar, en esta ocasión se trata del contenido informativo de Unimax Televisión.

El contenido informativo deberá cumplir las siguientes características:

**Claridad:** Los hechos deben ser lo más coherentes y autorizados por el entrevistado.

**Veracidad:** Los hechos o suceso deben ser verdaderos y, por lo tanto verificables.

**Oportuno:** Mientras más rápido se dé a conocer un hecho noticioso mayor valor posee.

**Actualidad:** Los hechos deben ser actuales o recientes.

**Interés Social:** Los hechos deben ser de interés común no particular.

**Objetiva:** el periodista no debe verse reflejado por ningún tipo opinión o juicio de valor.

#### **Análisis del contenido informativo de Unimax Televisión difundido en Facebook en el año 2016.**

Al revisar la página de Facebook del medio de comunicación se verificó que no existen publicaciones que contengan contenido informativo, en los meses de enero, febrero, marzo y abril, por tal razón el análisis se lo realizó desde el mes de mayo.

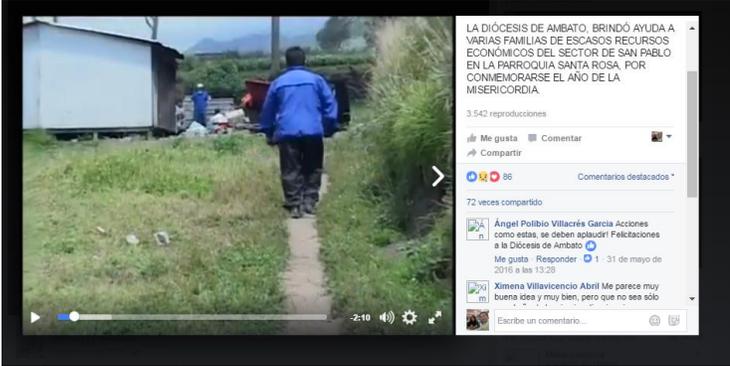
#### **Mayo 2016**

En el mes de Mayo el medio de comunicación publicó 7 noticias con temas referentes a economía, ayuda social, simulacros de prevención, drogas, obras en la

ciudad, aniversario de una unidad educativa y agasajos a niños, de las siete informaciones solo dos cumplen con las características de ser claras, veraces, oportunas, de actualidad, interés social y objetividad pero carecen de inmediatez, mientras que las informaciones restantes carecen de inmediatez y objetividad pero son claras, veraces, oportunas, actuales y de interés social, además cuando se trata de temas de ayuda social se observó que hay participación de los usuarios en los comentarios.

**Tabla N° 5 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 30/05/2016**



**LEAD:**

La Diócesis de Ambato, brindó ayuda a varias familias de escasos recursos económicos del sector de san pablo en la parroquia santa rosa, por conmemorarse el año de la misericordia.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta noticias es clara y objetiva porque va detallando el acontecimiento que ha ocurrido, consta de veracidad puesto que las personas que intervienen en la nota corroboran el acontecimiento y dan fe, que la ayuda que brinda la pastoral es real, el acontecimiento es oportuno y actual porque el hecho sucedió el mismo día pero la publicación de la noticia no es inmediata porque se lo realizó en horas de la noche. Además se observó varios comentarios en apoyo al trabajo que cumple la Diócesis de Ambato.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 6 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 30/05/2016



### LEAD:

Luis Fernando Torres asambleísta por Tungurahua, dio a conocer que recibió el informe de la super-intendencia de economía popular y solidaria, respecto al cierre de la cooperativa de ahorro y crédito Pakarimuy.

### INTERPRETACIÓN:

Es evidente que la información compartida es clara y verás porque el protagonista de esta nota es el Asambleísta y el da a conocer los pormenores del proceso del cierre de esta entidad financiera, es oportuna y actual porque en aquel entonces este tipo de información daba mucho controversia, por otro lado la nota no tiene inmediatez porque es difundida a horas de la noche y no es objetiva porque el periodista recomienda a las personas tener cuidado con su dinero, según Susana Gonzáles Reina menciona que el periodista no debe verse reflejado por ningún tipo opinión o juicio de valor.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 7 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 30/05/2016



### LEAD:

La Coordinación de Educación de la Zona 3, cumpliendo con el cronograma de actividades, desarrolló un simulacro simultáneo en más de doscientas instituciones educativas con la finalidad que los estudiantes y docentes estén prevenidos ante un fenómeno natural.

### INTERPRETACIÓN:

Esta se trató de un simulacro ante un desastre natural organizado por la coordinación de Educación, la información es clara, entendible, veraz porque las imágenes evidenciaba lo que habría ocurrido, intervino en la nota el director zonal de educación, sin embargo para reforzar la nota, se debería buscar más de una fuente para darle más veracidad y de esta manera la ciudadanía escuche otras versiones de lo ocurrido, la información es oportuna y actual porque en aquel entonces el país estaba pasando momentos difíciles por el terremoto en la costa ecuatoriana y era oportuno difundir este tipo de actividades, por otro lado la nota no tiene inmediatez porque es difundida a horas de la noche y como la anterior publicación no es objetiva porque al momento de culminar la nota el periodista menciona “que dentro de la planificación las recomendaciones son constantes ya que más vale prevenir que lamentar” hay que tener cuidado al momento de construir una noticia porque al emitir juicio de valor, se hace responsable de lo dicho y si no es verídico se puede meter en graves problemas.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 8 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 30/05/2016



**LEAD:**

La Agencia Nacional de Tránsito (ANT) ultiman detalles para su traslado de las oficinas ubicadas en la av. Galo vela hacia las instalaciones de la ex-corte de justicia de Tungurahua en el centro de la ciudad, según la directora este cambio tiene como objetivo brindar a la ciudadanía un servicio de calidad.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota se trató del proceso de cambio de instalaciones de la ANT, la información es entendible y clara porque detalla las razones del cambio de lugar de atención y los beneficios de la misma, además es oportuna, actual y de interés social porque la ciudadanía tiene que estar enterada donde se va ubicar la ANT para realizar sus trámites, la información carece de inmediatez porque es difundido a horas de la noche y no el instante que se difunde por la señal de TV, y por último es objetiva porque no existe juicio de valor por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 9 Análisis de Contenido

**NOTICIA PUBLICADA: 30/05/2016**



### **LEAD:**

La Secretaría Técnica de Drogas y el Ministerio de Salud de Tungurahua realizaron un foro sobre la prevención del consumo del tabaco y sus consecuencias, dirigido a jóvenes de diferentes centros educativos.

### **INTERPRETACIÓN:**

Esta nota se trató sobre un taller realizado por SETED y Ministerio de Salud con el propósito de prevenir el uso y consumo de trabajo en adolescentes, la información tiene claridad y es entendible porque responde a las preguntas ¿Cuándo sucedió? ¿Cómo sucedió? ¿Dónde sucedió? ¿A quién o quienes les sucedió? Y ¿por qué sucedió? Por otro lado es oportuno y de actualidad porque es una problemática social que afecta a la ciudadanía en general, por ende es de interés social sin embargo la información carece de inmediatez porque es difundido a horas de la noche y no al instante que se difunde por la señal de TV abierta, y por último es objetiva porque no existe juicio de valor por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

### **Junio 2016**

En el mes de junio el medio de comunicación publicó 102 noticias informativas con temas de índole político, económico, seguridad, desastres naturales, delincuencia,

obras, salud, cultura, turismo y social, para detallar más a fondo el análisis se lo efectuó de la siguiente manera:

En la semana del 1 al 3 de junio el medio publicó 13 informaciones en dónde se identificó que 7 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 6 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

**Tabla N° 10 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 01/06/2016</b></p>

<p><b>LEAD:</b></p> <p>La Unidad Educativa Carmen Barona celebró el día internacional del niño, los docentes, padres de familia y estudiantes participaron de un programa especial donde los juegos tradicionales marcaron la diferencia.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Esta nota se trató sobre un agasajo por el día del niño, la información tiene claridad y es entendible porque responde a las preguntas ¿Cuándo sucedió? ¿Cómo sucedió? ¿Dónde sucedió? ¿A quién o quienes les sucedió? y ¿Por qué sucedió? Por otro lado es oportuno y de actualidad porque se realizó la nota en la fecha indicada y es de interés social porque es una celebración que a la ciudadanía le interesa sin embargo la información carece de inmediatez porque es difundido a horas de la noche y no al instante que se difunde por la señal de TV abierta, y por último en un extracto de la nota el periodista menciona que los mensajes que envían los niños son sinceros y que podrían concientizar a las personas, generando juicio de valor por parte del periodista.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 11 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 02/06/2016**



**LEAD:**

La situación económica que atraviesa el país, se ve reflejado en las asignaciones de los recursos a las gobiernos autónomos descentralizados, en el caso de Ambato según las autoridades está pendiente más de 30 millones de dólares.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota se trató sobre el dinero que debe recibir el municipio por parte del gobierno aquí se identificó que la información es clara y entendible responde al ¿Cuándo sucedió? ¿Cómo sucedió? ¿Dónde sucedió? ¿A quién o quienes les sucedió? y ¿Por qué sucedió? Por otro lado es veraz porque intervienen las autoridades competentes para dar esa información, además es oportuno y de actualidad porque en aquel entonces había problemas con los presupuestos de los GADs y es de interés social porque es una situación que afecta a todos. Sin embargo la información carece de inmediatez porque es difundido a horas de la noche y no al instante que se difunde por la señal de TV abierta, y por último es objetiva porque no se identificó juicio de valor o comentario del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 12 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 03/06/2016**



**LEAD:**

El aviso oportuno al ecu 911, alerto a la policía nacional de un asalto en una entidad financiera en el Cantón Píllaro, de inmediato se emprendió un operativo lo que permitió capturar a los presuntos delincuentes en la parroquia de Izamba, al momento de la detención se encontraron con varias evidencias del atraco

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota se trató sobre el asalto a una persona que se encontraba en una entidad financiera, la información que se evidencia en esta nota es clara y veras ya que la información es contrastada y verificada con el agente policial a cargo del caso, es oportuna y actual porque fue difundido el mismo día y porque el hecho responde al ¿Cuándo sucedió? ¿Cómo sucedió? ¿Dónde sucedió? ¿A quién o quienes les sucedió? y ¿Por qué sucedió? Además existe objetividad al momento de contar el hecho puesto que no se identificó juicio de valor o comentario y es de interés social porque a cualquier persona le puede suceder un robo o asalto y esta es una forma para que la ciudadanía este alerta en este tipo de casos. Por otro lado la información publicada carece de inmediatez ya que es difundido a horas de la noche y no al momento que es difundo por la señal de TV abierta.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 6 al 10 de junio el medio publicó 25 informaciones en dónde se identificó que 18 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 7 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además cabe recalcar que cuando se trata de noticias de turismo y obras municipales los usuarios dejan sus comentarios.

**Tabla N° 13 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 06/06/2016</b></p>

<p><b>LEAD:</b></p>
<p>El denominado Convoy de la alegría llego a los sectores afectados por el terremoto del pasado 16 de abril, la actividad fue liderada por Lira Villalva Gobernadora de Tungurahua, aquí agasajaron a miles de niños de los albergues de Pedernales, Jama y la Chorrera.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p>
<p>En esta nota se identificó que la información es clara porque se detalló la actividades realizadas por parte de los participantes de aquel evento y verás porque las imágenes iban acorde con lo que el periodista contaba, la información fue oportuna y actual porque en ese entonces continuaba el apoyo a damnificados del terremoto, es de interés social por aquel suceso involucró a todas las personas, por otro lado no tiene objetividad la nota porque se identificó juicio de valor por parte del periodista al momento de ser emotivo en el relato, mientras que carece de inmediatez porque en la noche fue publicada esta información mientras que en horas del día fue transmitida por el señal abierta de Unimax Televisión . Se evidencio comentarios en apoyo al trabajo cumplido por las autoridades.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 14 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 07/06/2016**



**LEAD:**

La Intendencia de Policía de Tungurahua y la Defensoría del Pueblo, realizan operativos de control para evitar el expendio de productos caducados, en el recorrido se clausuro varios locales por infringir la ley.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se verificó que la información es clara y entendible porque mientras el periodista va narrando lo ocurrido concuerda con las imágenes y con lo que informan las autoridades; es oportuno y tiene actualidad porque según los funcionarios han habido denuncias de comercialización de productos caducados, además esta clase de información es de interés social y tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor o comentarios del periodista, pero por otro lado sigue el problema de la inmediatez ya que la nota se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del día, mientras que en el sitio de red Facebook fue publicado pasado las 9 de la noche.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 15 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 08/06/2016**



**LEAD:**

La presencia de personas alcohólicas en el parque cevallos genera preocupación en la ciudadanía, en esta ocasión se encontró en el interior del lugar a un ciudadano en estado etílico lo que obligo la intervención de la policía nacional para brindar la ayuda del caso.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se verificó que la información fue clara y entendible porque mientras el periodista va narrando lo ocurrido concordaba con las imágenes y con la versión de la policía y personas que hablaron en el video; también es oportuno y tiene actualidad porque el hecho sucedió en horas de la mañana, además esta clase de información es de interés social porque involucra a todos y para que las autoridades tomen las medidas pertinentes ante este hecho y en una parte del relato se identificó juicio de valor por parte del periodista esto dando a la idea que la persona que estuvo acostada ebria en el parque no habría tenido vergüenza para hacerlo, pero por otro lado sigue el problema de la inmediatez ya que la nota se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del día, mientras que en el sitio de red Facebook fue publicado pasado las 9 de la noche, en otro aspecto, esta publicación generó varios comentarios entre uno de ellos fueron “ya era hora que hagan reportes de esta clase” “en vez de estar grabando o criticando es llamar rápido al ECU 911” esto denota que las personas están pendientes de lo que se comparte en los sitios de redes sociales.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 16 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 08/06/2016



**LEAD:**

Según el instituto de monitoreo de homicidios “IGARAPE”, Ambato se encuentra dentro de la ciudades más seguras de latino-américa, datos importantes para fortalecer el turismo en el cantón y la provincia.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se verificó que la información es clara y entendible porque mientras el periodista va narrando lo ocurrido simultáneamente concuerda con las imágenes y con la versión de la autoridad y personas que intervinieron en el video; también es oportuno y tiene actualidad porque el hecho sucedió en horas de la mañana, además esta clase de información es de interés social porque como decía en la nota Ambato es catalogado como una de las ciudades más seguras de Latinoamérica involucrando a todos y no a una sola persona en particular, y tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor o comentario del periodista, pero por otro lado sigue el problema de la inmediatez ya que la nota se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del día, mientras que en el sitio de red Facebook fue publicado pasado las 9 de la noche, en otro aspecto, esta publicación generó varios comentarios uno de ellos felicitando al medio y solicitando que se haga más notas de este tipo, esto denota que las personas si ven el fan page del canal pero el medio no contesta a la solicitud que hace la persona .

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 17 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 10/06/2016**



**LEAD:**

La Policía Judicial de Tungurahua, hizo la entrega oficial del armamento incautado en la provincia a las fuerzas armas para la respectiva destrucción, la autoridad policial aseguro que se va a seguir combatiendo la delincuencia con los operativos.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota se trató de la entrega del armamento incautado por la policía a las fuerzas armadas donde se constató que la información al momento de relatar lo acontecido fue claro y entendible porque las imágenes, la versión de la autoridad que intervinieron en el video tenía relación a lo ocurrido; también fue oportuno y de actualidad porque el hecho sucedió en horas de la mañana, además esta clase de información es de interés social porque las personas deben estar enteradas de los procedimientos que realiza la policía y el ejército ya que son instituciones públicas y deben cumplir con el proceso de transparencia que exige y determina la ley, por otro lado la nota tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor o comentario del periodista, sin embargo continúa el problema de la inmediatez ya que la información se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del día, mientras que en el sitio de red Facebook fue publicado pasado las 9 de la noche.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 13 al 17 de junio el medio publicó 22 informaciones en dónde se identificó que 16 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 6 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

**Tabla N° 18 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 13/06/2016</b></p>  <p><b>LEAD:</b></p> <p>Con miras al próximo año lectivo en la sierra ecuatoriana, el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) trabaja en la coordinación para la elaboración de los kits escolares. En lo que respecta a las provincias de la zona centro del Ecuador serían varios los artesanos que formarían parte de este beneficio.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Esta nota se trató de la coordinación para la elaboración de kits escolares en el que varios artesanos de Tungurahua serían parte de esta actividad que realiza el IEPS con el objetivo de impulsar el emprendimiento de artesanos ahí se constató que la información al momento de relatar lo acontecido fue claro y entendible porque las imágenes, la versión de la autoridad que intervino en el video tenía relación a lo ocurrido; también fue oportuno y de actualidad porque dichas actividades que mencionan en la nota están en proceso, además esta clase de información es de interés social porque involucra a muchas personas y no solo a una persona en general, por otro lado la nota tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor o comentario del periodista, sin embargo continúa el problema de la inmediatez ya que la información se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del día, mientras que en el sitio de red Facebook fue publicado pasado las 10 de la noche.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 19 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 14/06/2016



**LEAD:**

Ayuda de Latinos en Alemania para damnificados del terremoto del Ecuador

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota se trató del apoyo brindado por ecuatorianos residentes en Alemania a damnificados del pasado terremoto, ahí se constató que la información al momento de relatar lo acontecido fue claro y entendible porque las imágenes, la versión de las personas que intervinieron en el video tenía relación a lo acontecido; también fue oportuno y de actualidad porque la información que se compartió tenía que ser vista y escuchada por todas las personas puesto que se refería al apoyo a las víctimas del terremoto, además esta clase de información es de interés social porque involucra a muchas personas y no solo a una persona en general, por otro lado la nota tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor o comentario del periodista, sin embargo continúa el problema de la inmediatez ya que la información se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del noche del día anterior de lo publicado en el sitio de red Facebook

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 20 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 15/06/2016**



**LEAD:**

La Dirección de Cultura, Turismo y Deportes del Municipio de Ambato, realizó el encuentro de narradores de cuentos inéditos, evento que contó con la participación de escritores y estudiantes de diferentes unidades educativas.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota se trató de un exposición de libros inéditos de cuentos y que contó con la presencia de estudiantes de algunas unidades educativas, ahí se constató que la información al momento de relatar lo acontecido fue claro y entendible porque las imágenes, la versión de las personas que intervinieron en el video tenía relación a lo acontecido; también fue oportuno y de actualidad porque fue difundido el mismo día que se llevó a cabo el evento, además esta clase de información es de interés social porque involucra a muchas personas y no solo a una persona en general, por otro lado en una parte del relato se determinó que el periodista hace un comentario sobre lo ocurrido dejando de lado en ese instante la objetividad, mientras que la difusión de la información no fue inmediata porque la nota fue publicada en el sitio de red Facebook a la noche mientras que l misma se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas al medio día.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 21 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 16/06/2016**



**LEAD:**

Tamara Armas asumió la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) de la Zona 3, la autoridad mencionó que avanza la planificación en la re-construcción de las zonas afectadas por el pasado terremoto.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara y veras porque en el video interviene la persona que asumió el cargo de la SENPLADES, y se constató que la información al momento de relatar lo acontecido las imágenes y la versión de la autoridad que intervino en el video tenía relación a lo acontecido; también fue oportuno y de actualidad porque fue difundido el mismo día que se llevó a cabo el evento, además esta clase de información es de interés social porque involucra a muchas personas y no solo a una persona esto tratándose en el tema gubernamental, por otro lado inicio del relato el periodista menciona que la funcionaria designada al cargo tiene una amplia experiencia y en donde cae en un juicio de valor haciendo que la nota pierda una poco de objetividad, en lo que se refiere al inmediatez la difusión de la información no fue rápida y no se aprovechó la facilidad que brinda el internet por medio de los sitios de redes sociales ya que la nota fue publicada en el sitio de red Facebook a la noche mientras que la misma se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación al mediodía.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 22 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 17/06/2016**



**LEAD:**

Al celebra el día del padre, funcionarios de unimax televisión llegaron con un mensaje de optimismo, cariño y respeto, pues consideran que un padre es el pilar fundamental en el núcleo de la familia.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara y veras porque en el video interviene la mayoría del personal que labora en el medio de comunicación y hablaron sobre el día del padre además de constatar que la información al momento de relatar lo acontecido tenía concordancia con las imágenes y las versiones de cada uno de los individuos que intervinieron en el video; también fue oportuno y de actualidad porque ese día se celebraba el día del padre, además la información compartida es de interés social porque involucra a muchas personas y no solo a una persona, por otro lado al inicio del relato el periodista empieza hablando sobre el sentir de un padre, en donde el periodista cae en un juicio de valor haciendo que la nota pierda un poco de objetividad, mientras en lo que se refiere al inmediatez la difusión de la información no fue rápida y no se aprovechó la facilidad que brinda el internet por medio de los sitios de redes sociales ya que la nota fue publicada en el sitio de red Facebook a la noche mientras que la misma se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación al mediodía.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 20 al 24 de junio el medio publicó 25 informaciones en dónde se identificó que 22 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 3 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además se encontró un comentario sobre el robo de un almacén.

**Tabla N° 23 Análisis de Contenido**

<b>NOTICIA PUBLICADA: 20/06/2016</b>	
<b>LEAD:</b>	El trabajo conjunto entre la policía nacional y comuneros de la parroquia de pasa pudieron encontrar el cadáver de un ciudadano que estaba extraviado en días atrás, según el informe policial al parecer la causa del deceso seria por hipotermia.
<b>INTERPRETACIÓN:</b>	Esta nota es clara y veras porque en el video interviene las personas afectadas, la policía nacional en donde hablaron sobre lo acontecido con el comunero desaparecido y luego hallado muerto aparte de que el relato de lo acontecido tenía concordancia con las imágenes y las versiones de cada uno de los individuos que intervinieron en el video; también fue oportuno y de actualidad porque esta nota es el resultado de otra noticia difundida en el medio, además la información compartida es de interés social porque involucra a una comunidad y no solo a una persona, otro aspecto que se identificó que la información tiene objetividad porque no se encontró juicio de valor por parte del periodista, mientras en lo que se refiere al inmediatez la difusión de la información no fue rápida y no se provecho la facilidad que brinda el internet por medio de los sitios de redes sociales ya que la nota fue publicada en el sitio de red Facebook a la noche mientras que la misma se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación al mediodía.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 24 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 21/06/2016**



**LEAD:**

La Intendencia de Policía trabaja de forma coordinada con los tenientes y jefes políticos de Tungurahua, en lo que respecta al cumplimiento de los horarios de funcionamiento de los locales, ante el desacato de varios propietarios de negocios se procedió a la clausura y multa respectiva.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara y veras porque en el video se constató que las imágenes y la versión de la autoridad y los dueños de locales de diversión concuerdan con el relato del periodista de la misma forma la información es oportuna y actual porque todos los fines de semana las autoridades de control realizan operativos para que estos centros de diversión cumplan con los permisos de funcionamiento, además la información compartida es de interés social porque involucra a los dueños locales de diversión, licoreras, bares y a las personas que concurren a estos lugares, en otro aspecto la información tiene objetividad porque no se encontró juicio de valor por parte del periodista, mientras en lo que se refiere al inmediatez la difusión de la información no fue rápida y no se aprovechó la facilidad que brinda el internet por medio de los sitios de redes sociales ya que la nota fue publicada en el sitio de red Facebook a las 9 de la noche mientras que la misma se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del mediodía.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 25 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 22/06/2016



**LEAD:**

Varias parroquias del cantón Patate, presentan afectaciones producto de las fuertes lluvias registradas en los últimos días, entre ellas se encuentra el desbordamiento del río el corazón y daños en las vías.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara y veras porque en el video se constató que las imágenes y la versión de las autoridades del cantón Patate y de la parroquia Los Andes concuerdan con el relato del periodista de la misma manera la información es oportuna y actual porque la situación del invierno en aquel entonces era un evento de suma importancia para las autoridades, además la información compartida es de interés social porque involucra a toda una ciudad e inclusive a la provincia, en otro aspecto la información tiene juicio de valor porque en una parte del relato del periodista asegura que con el apoyo de los habitantes y de las autoridades se podrá solucionar los problemas ocasionados por las fuertes lluvias cayendo en un juicio de valor, error que un periodista no puede cometer, mientras en lo que respecta a la inmediatez de la difusión de la información esta no fue rápida y no se aprovechó la facilidad que brinda el internet por medio de los sitios de redes sociales ya que la nota fue publicada en el sitio de red Facebook a las 8 de la noche mientras que la misma se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación en horas del mediodía.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 26 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 23/06/2016**



**LEAD:**

En Tungurahua, 3 locales fueron clausurados, dos por expender licor artesanal y el otro por incumplimiento al horario de funcionamiento, la intendencia de policía dio a conocer que estos locales son reincidentes por lo que la sanción será económica.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara y veras porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la autoridad reflejaba el informe de operativos realizados por la Intendencia de Policía de Tungurahua, fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes y no pierden vigencia, en cambio si hablamos de objetividad en gran parte de esta nota se identifica esta característica sin embargo al momento de dar paso a los ciudadanos entrevistados, el periodista asegura que la “ciudadanía ve con buenos ojos la labor de la policía” pero en el video solo salen tres personas, entonces como puede asegurar que todos los ciudadanos apoyan el trabajo que realizan los uniformados, y finalmente la inmediatez de la información no se da porque no es publicada con la brevedad que se requiere puesto que el suceso ya se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 27 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 24/06/2016**



**LEAD:**

En el cantón baños existen emprendimientos familiares que fortalecen la actividad turística es el caso de la hostería las orquídeas que se entra en la comunidad de Runtun donde se ofrece platos típicos y lugares cómodos para descansar.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara y veras porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la dueña del establecimiento eran reales pero me pareció más que noticia un reportaje, partiendo de ahí, fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes y no pierden vigencia, en cambio si hablamos de objetividad en gran parte de esta nota se identifica esta característica sin embargo en una parte del relato se notó subjetividad al tratar el tema de emprendimiento familiar pero como se mencionó anteriormente parece que se tratara de un reportaje y finalmente la inmediatez de la información no se da porque no es publicada con la brevedad que se requiere puesto que el suceso ya se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 27 al 30 de junio el medio publicó 19 informaciones en dónde se identificó que 16 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivas pero carecen de inmediatez, en cambio las 3 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

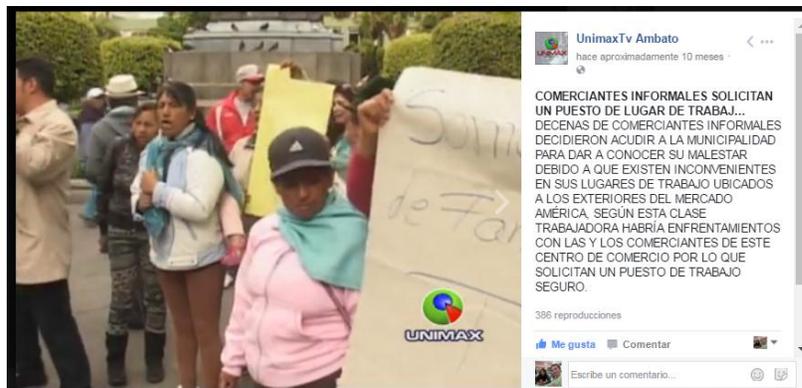
**Tabla N° 28 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 27/06/2016</b></p>	
	
<p><b>LEAD:</b></p> <p>Hasta lo que va del año, en Tungurahua se han registrado 31 suicidios, casos donde los adolescentes son los que toman esta lamentable decisión de quitarse la vida, lo cual preocupa a las autoridades y a la ciudadanía.</p>	
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Esta nota es clara y veras porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la gobernadora de la provincia y varias opiniones ciudadanas concuerdan con el acontecimiento ocurrido, además la información fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes, en cambio si hablamos de objetividad, en la información no se identifica juicio de valor u opinión por parte del periodista sin embargo la inmediatez de la información no se da porque no es publicada con la brevedad que se requiere puesto que el suceso ya se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.</p>	

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 29 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 28/06/2016



### LEAD:

Decenas de comerciantes informales decidieron acudir a la municipalidad para dar a conocer su malestar debido a que existen inconvenientes en sus lugares de trabajo ubicados a los exteriores del mercado américa, según esta clase trabajadora habría enfrentamientos con las y los comerciantes de este centro de comercio por lo que solicitan un puesto de trabajo seguro.

### INTERPRETACIÓN:

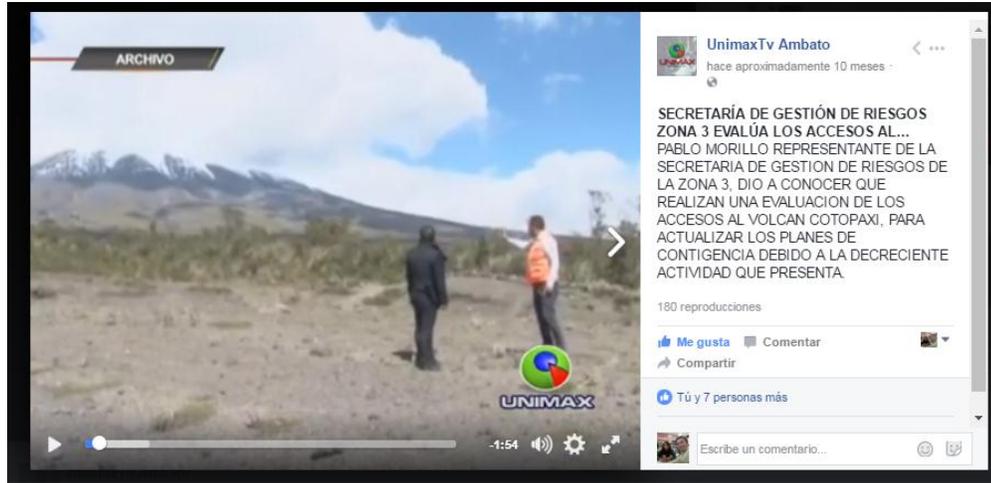
Esta nota es clara porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los comerciantes informales que dan a conocer la situación que están pasando en el mercado donde laboran con los comerciantes legales del centro de acopio pero en esta nota no existe la contra parte para que sea verás la información, además la información fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes, en cambio la información tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista sin embargo la inmediatez de la información no se da porque fue publicada en la noche ya que el suceso ya se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación al mediodía. Para que existiera inmediatez se debería difundir casi en simultáneo.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 30 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 29/06/2016**



**LEAD:**

Pablo Morillo representante de la secretaria de gestión de riesgos de la zona 3, dio a conocer que realizan una evaluación de los accesos al volcán Cotopaxi, para actualizar los planes de contingencia debido a la decreciente actividad que presenta.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del responsable de la Secretaría de Gestión de Riesgos que habló sobre el proceso del volcán Cotopaxi para realizar planes de contingencias debido a la decreciente actividad volcánica, además la información fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes, en cambio la información tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista sin embargo la inmediatez de la información no se da porque fue publicada en la noche ya que el suceso ya se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación al mediodía. Para que existiera inmediatez se debería difundir casi en simultáneo. Como observación final al respecto de caracteres en esta nota el nombre de la autoridad estaba mal escrito, el funcionario es de apellido Morillo no Murillo.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 31 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 30/06/2016



**LEAD:**

En la provincia de Bolívar en el cantón Echandia, aún se mantiene la tradición de elaborar la panela granulada de manera artesanal, proceso que se demora más de 6 horas para obtener el producto final.

**INTERPRETACIÓN:**

Esta nota es clara y verás porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los productores de panela concuerdan con el hecho sucedido, en este caso el proceso de la elaboración de la panela, además la información fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes, en cambio la información tiene subjetividad porque el periodista para darle emotividad a la narración cae en juicios de valor, por otro lado la información no es inmediata porque la noticia fue publicada en la noche mientras que el suceso ya se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación al mediodía. Para finalizar esta noticia se asemeja a un reportaje porque en la nota no se habla de fecha y podría fácilmente publicarse en otra ocasión.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En conclusión, en el mes de junio, se determinó que varias notas informativas les falta contrastar su información, son algo subjetivas, hay problemas en el tema de caracteres, su difusión no es inmediata y por último hay notas que parecen reportajes.

## Julio 2016

En el mes de julio el medio de comunicación publicó 94 notas informativas con temas de índole político, social, económico, seguridad, desastres naturales, delincuencia, obras, salud, cultura, turismo, operativos policiales, y suicidios, para detallar a fondo el análisis se realizó de la siguiente manera:

El 1 de julio el medio publicó 4 informaciones en dónde se identificó que son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez.

### Tabla N° 32 Análisis de Contenido

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 01/07/2016</b></p> <p><b>LEAD:</b></p> <p>Las autoridades del cantón Pelileo, presentaron el programa de fiestas que cumplirán al conmemorar los 156 años de cantonización.</p> <p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Esta nota es clara y verás porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes, la versión del alcalde del cantón Pelileo y el responsable de organizar las actividades festivas concuerda con lo planteado en esta rueda de prensa, además la información fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes, en cambio la información tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista sin embargo la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.</p>
---

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 4 al 8 de julio el medio publicó 17 informaciones en dónde se identificó que 16 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio solo una contiene las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además cabe recalcar que observó comentarios en una noticias de economía, maltrato intra-familiar y política.

**Tabla N° 33 Análisis de Contenido**

<b>NOTICIA PUBLICADA: 04/07/2016</b>	
	<p><b>LEAD:</b></p> <p>Las variaciones climáticas que se registra en la provincia de Tungurahua obligan a las autoridades aplicar estrategias que permitan evitar que las pérdidas económicas de los agricultores se incrementen. Por tal motivo se socializa el seguro agrícola a fin de que todos accedan a este beneficio.</p>
<b>INTERPRETACIÓN:</b>	
<p>Esta nota es clara y verás porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes, la versión del director del MAGAP y agricultores concuerdan con la necesidad de un seguro agrícola para que los productores no pierdan dinero al momento de cultivar sus productos, además la información fue oportuna y actual puesto que el suceso se dio en esos días, y es de interés social porque esto afecta al sector agrícola y no a una sola persona, además tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista sin embargo la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.</p>	

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 34 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 05/07/2016**



**LEAD:**

La detención de varias personas, el decomiso de sustancias prohibidas y la recuperación de objetos de dudosa procedencia, son parte de los resultados que presento la policía nacional en los últimos operativos cumplidos en Tungurahua.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del representante de la policía judicial tiene claridad y veracidad, además la información fue oportuna y actual puesto que el suceso se dio en esos días, tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista, esta información es de interés social porque es un hecho que pasa en todo el país e importante dar a conocer a la colectividad, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 35 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 06/07/2016



### LEAD:

La agencia de modelos May Sumak, dio a conocer que la Sumak Warmy del Ecuador es Bettsy Tupay, quien participará en el primer certamen internacional indígena de belleza, que se realizara en Panamá el próximo 17 de julio.

### INTERPRETACIÓN:

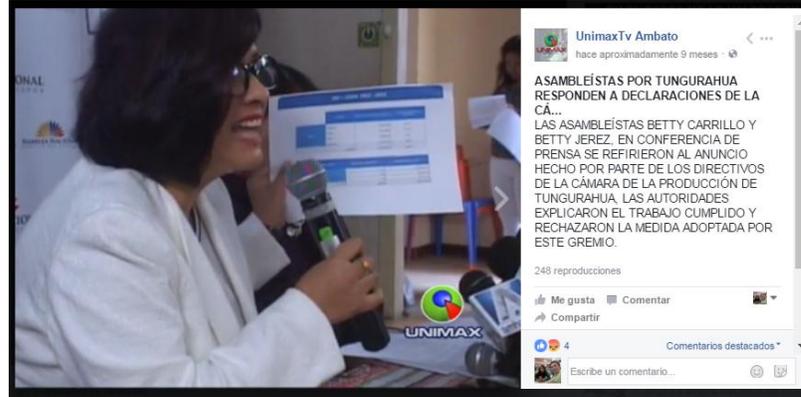
En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los representante que acompañan a la reina tiene claridad y veracidad, además la información fue oportuna y actual ya que la reina Sumak Warmy participaría en el certamen de belleza indígena internacional, la información tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista, y es de interés social porque es un hecho que concierne al sector indígena y al Ecuador en sí porque es la primera vez que se da a conocer este tipo de concursos, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación, Además se observó comentarios sobre esta noticia pero no se identificó que el medio respondieran a los mismos.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 36 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 08/07/2016**



**LEAD:**

Las assembleístas Betty carrillo y Betty jerez, en conferencia de prensa se refirieron al anuncio hecho por parte de los directivos de la cámara de la producción de Tungurahua, las autoridades explicaron el trabajo cumplido y rechazaron la medida adoptada por este gremio.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las dos assembleístas tiene claridad y veracidad porque concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual ya que las ediles estaban respondiendo a las declaraciones emitidas por las cámaras de producción en días, la información tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista, y es de interés social porque es un hecho que concierne a todos, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.. Además se identificó un comentario ofensivo que fácilmente el medio de comunicación podría ocultar para evitar controversia.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 11 al 15 de julio el medio publicó 25 informaciones en dónde se identificó que 17 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 8 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

**Tabla N° 37 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 11/07/2016</b></p> 
<p><b>LEAD:</b></p> <p>La gobernadora de Tungurahua aseguro que la construcción del hospital Ambato en su parte estructural concluirá para el mes de diciembre del presente, aspecto que considera la ciudadanía es positivo para la atención de la ciudadanía.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p>
<p>En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la gobernadora de Tungurahua y los ciudadanos tienen claridad y veracidad porque concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual ya que, la el proceso de construcción del hospital lleva varios meses de retraso y por ende es de interés social porque la obra beneficia a todos y es importante dar a conocer lo que sucede con respecto a esta construcción, al final de la nota el periodista asegura que la ciudadanía espera que cuando entre en funcionamiento la atención mejore es ahí que a mi parecer el profesional deja de lado un poco la objetividad porque si habla de ciudadanía son muchas personas, y es de interés social porque es un hecho que concierne a todos, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación..</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 33**

**Tabla N° 38 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 13/07/2016**



**LEAD:**

El jefe de la policía judicial de Tungurahua, dio a conocer la detención de un ciudadano quien aparentaba ser gerente de una entidad financiera y tenía una boleta de captura por el delito de estafa masiva.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la gobernadora de Tungurahua y los ciudadanos tienen claridad y veracidad porque concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual ya que, la el proceso de construcción del hospital lleva varios meses de retraso y por ende es de interés social porque la obra beneficia a todos y es importante dar a conocer lo que sucede con respecto a esta construcción, al final de la nota el periodista asegura que la ciudadanía espera que cuando entre en funcionamiento la atención mejore es ahí que a mi parecer el profesional deja de lado un poco la objetividad porque si habla de ciudadanía son muchas personas, y es de interés social porque es un hecho que concierne a todos, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación..

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 39 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 13/07/2016**



**LEAD:**

El jefe de la policía judicial de Tungurahua, dio a conocer la detención de un ciudadano quien aparentaba ser gerente de una entidad financiera y tenía una boleta de captura por el delito de estafa masiva.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del jefe de la policía judicial tienen claridad y veracidad porque concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual ya que es importante que las personas conozcan el trabajo que desempeñan los uniformados y por ende es de interés social, casi al final de la nota el periodista asegura que “los testimonios de los perjudicados será importante para la investigación de este caso” es ahí que a mi parecer el profesional realiza un juicio de valor un error que el periodista no debe cometer, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación..

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 40 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 14/07/2016



**LEAD:**

Por el día del jubilado, el instituto ecuatoriano de seguridad social protagonizó una casa abierta, donde los jubilados demostraron la información asimilada en cada una de las actividades ocupacionales que cumplen en su tiempo libre.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del encargado del taller de relajación mental y los jubilados entrevistados concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual ya que es importante que las personas conozcan el trabajo que desempeñan los adultos mayores y por ende es de interés social, además en un extracto casi al final de la nota el periodista se identificó juicio de valor al momento de mencionar que “las expectativas aumentaran con el asar de las horas” es ahí que a mi parecer el profesional cae en un error que no debe cometer, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación..

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 41 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 15/07/2016



### LEAD:

Gabriela Rivadeneira presidenta de la Asamblea Nacional visitó Ambato para tratar varios temas de índole nacional, entre ellos las leyes aprobadas en lo que respecta a lo económico y financiero.

### INTERPRETACIÓN:

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la presidenta Asamblea Nacional concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual ya que es importante que las personas conozcan sobre las leyes aprobadas en el pleno de la asamblea y por ende es de interés social porque aquellas normativas afecta o beneficia a la ciudadanía y no solo a una persona, además no se identificó juicio de valor o comentario del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación..

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 18 al 22 de julio el medio publicó 24 informaciones en dónde se identificó que 23 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio solo una contiene las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

**Tabla N° 42 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 18/07/2016</b></p>

<p><b>LEAD:</b></p> <p>En un acto especial la policía nacional, la gobernación de Tungurahua y la participación de varias instituciones públicas firmaron una acta de compromiso para fomentar el proyecto denominado “familias construyendo seguridad”</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p>
<p>En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la gobernadora de la provincia, el coordinador del Ecu 911 y el representante de la policía nacional concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual ya que es importante que las personas conozcan sobre las acciones que las autoridades realizan por mantener la seguridad en el cantón y por ende es de interés social porque aquellos proyectos beneficia a la ciudadanía y no solo a una persona, además se identificó juicio de valor al instante que el periodista menciona “que optimistas esperan que los resultados sean los esperados ya que la seguridad es un tema que involucra a todos los sectores y autoridades” un error que el periodista no debe cometer, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 43 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 19/07/2016



### LEAD:

Moradores del sector de Pinllo llegaron al municipio de Ambato, para solicitar que se devuelva la sede del comité pro-mejoras, ante ello el alcalde manifestó que se ha cumplido con los requisitos de ley para el desalojo legal del inmueble.

### INTERPRETACIÓN:

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los afectados y el alcalde de Ambato concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia y es contrastada con ambas partes afectadas, además la información fue oportuna y actual en ese entonces, porque se realizó la nota cuando ocurrió el hecho y es de interés social porque afecta a los habitantes de la parroquia y no solo a una persona en general, además se identificó que no existe juicio de valor al momento de relatar la nota por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 44 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 20/07/2016



### LEAD:

En Ambato se registró el robo de una iglesia, de acuerdo a la información recopilada los antisociales se habrían llevado algunos implementos de las eucaristías, ante lo ocurrido la policía judicial en coordinación con la fiscalía procedieron allanar un domicilio donde se recuperó los objetos sustraídos.

### INTERPRETACIÓN:

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los afectados y el jefe de la policía judicial concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia, además la información fue oportuna y actual en ese entonces, porque se realizó la nota cuando se recuperó lo robado y es de interés social porque esto le puede pasar a cualquier persona y para que la ciudadanía tenga precaución, además no se encontró juicio de valor al momento de relatar la nota por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 45 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 21/07/2016



**LEAD:**

El re-ordenamiento de las paradas de transporte urbano en la avenida 12 de noviembre al parecer estaría dando resultados positivos, las autoridades manifestaron que la aplicación progresiva del proyecto permitirá mejorar la seguridad ciudadana.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la directora del COSECA y las personas entrevistadas concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia y le dan credibilidad a la información y es entendible, además la información fue oportuna y actual en ese entonces, porque según los resultados del COMSECA el regular las paradas de buses va a beneficiar a los ambateños y ambateñas y por esta razón es de interés social y era factible realizar una noticia acerca de esta actividad que realizan las autoridades, además no se encontró juicio de valor al momento de relatar la nota y por ende la información tiene objetividad, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 46 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 22/07/2016



**LEAD:**

Tal como lo anunció la administración municipal de Ambato inauguro el nuevo puente elevado vehicular en la avenida Víctor Hugo, con el fin de descongestionar el tráfico vehicular.

**INTERPRETACIÓN:**

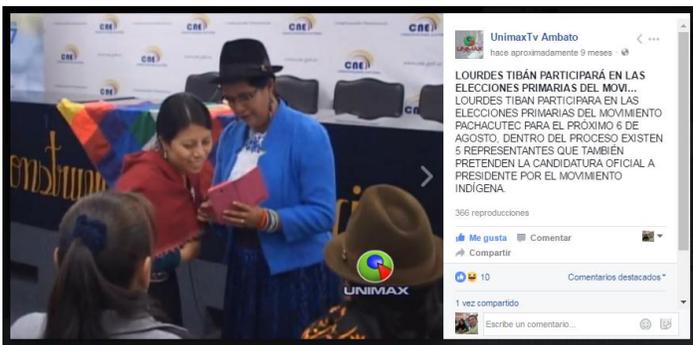
En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las autoridades municipales, tránsito y las personas entrevistadas concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia y le dan credibilidad a la información y es entendible, además la información fue oportuna y actual en ese entonces, porque la nota se realizó el mismo día de la inauguración de la obra, razón a esto la información es de interés social, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 25 al 29 de julio el medio publicó 21 informaciones en dónde se identificó que 20 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 3 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además se encontró un comentario sobre el robo de un almacén.

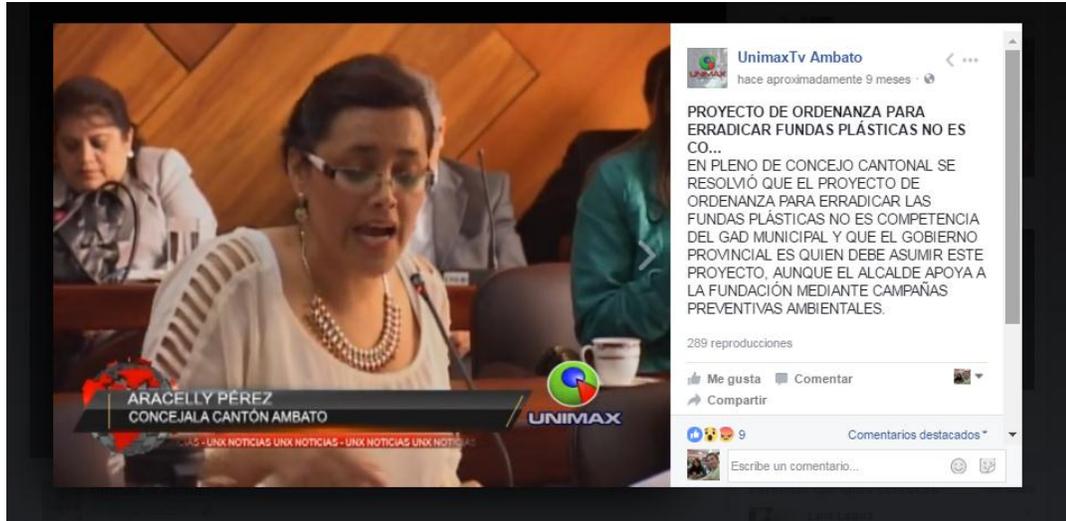
**Tabla N° 47 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 25/07/2016</b></p>

<p><b>LEAD:</b></p> <p>Lourdes Tibán participara en las elecciones primarias del movimiento Pachacutik para el próximo 6 de agosto, dentro del proceso existen 5 representantes que también pretenden la candidatura oficial a presidente por el movimiento indígena.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la candidata Lourdes Tibán concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la información fue oportuna y actual en ese entonces, porque la nota se realizó el mismo día del hecho, razón a esto la información es de interés social porque un proceso electoral engloba a toda la ciudadanía, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 48 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 26/07/2016



**LEAD:**

En pleno de concejo cantonal se resolvió que el proyecto de ordenanza para erradicar las fundas plásticas no es competencia del Gad municipal y que el gobierno provincial es quien debe asumir este proyecto, aunque el alcalde apoya a la fundación mediante campañas preventivas ambientales.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las autoridades municipales y el promotor del proyecto de ordenanza sobre la erradicación de fundas plásticas concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la información fue oportuna y actual, porque el hecho se suscitaba en aquel entonces y es de interés social porque una ordenanza afecta o beneficia a toda la ciudadanía, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 49 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 27/07/2016



**LEAD:**

Para el 4 y 5 de agosto en la ciudad de Quito la FEUE convoca a los estudiantes universitarios a una asamblea general para analizar la situación actual de la educación superior y crear planteamientos respecto al ingreso a las universidades.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del representante nacional de la FEUE concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la información fue oportuna y actual, porque el hecho se suscitaba en aquel entonces y es de interés social porque la educación beneficia a toda la ciudadanía, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 50 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 28/07/2016



### LEAD:

En presencia de medios de comunicación, la Policía Judicial de Tungurahua procedió a la destrucción de varios objetos de dudosa procedencia, tal como estipula la ley.

### INTERPRETACIÓN:

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del representante de la policía Judicial concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la noticia fue oportuna y actual, porque el hecho se suscitaba en aquel entonces y es de interés social porque la ciudadanía debe saber cuál es el trabajo que desempeña la policía, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la nota por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 51 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 29/07/2016**



**LEAD:**

Desde este 1 de agosto inicia el proceso de formación de los nuevos integrantes de la casaca roja en el centro de capacitación y entrenamiento en el sector de Samanga, el personal una vez que finalicen, serán distribuidos 1 a Saquisili y 33 para Ambato.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del representante de la policía Judicial concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la noticia fue oportuna y actual, porque el hecho se suscitaba en aquel entonces y es de interés social porque la ciudadanía debe saber cuál es el trabajo que desempeña la policía, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la nota por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En conclusión, en el mes de julio, se identificó subjetividad en algunas notas, la información carece de inmediatez y hubo comentarios que no fueron contestados por el medio de comunicación.

**Septiembre 2016**

En el mes de septiembre el medio de comunicación publicó 2 notas informativas sobre la destrucción de cámaras de foto-sensores, en dónde se identificó que la información cumple con las características de claridad, veracidad, de actualidad, interés social y objetiva pero carece de inmediatez, además existen comentarios positivos y negativos con respecto a la información compartida.

**Tabla N° 52 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 21/08/2016</b></p> 
<p><b>LEAD:</b></p> <p>En el cantón Ambato a través de una denuncia formal realizada por la empresa concesionada de los foto-sensores, se conoció la destrucción de una cámara ubicada en la avenida Manuelita Sáenz, el caso se encuentra en investigaciones.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la autoridad municipal quien se pronuncia sobre el suceso y que concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la noticia fue oportuna y actual, porque el hecho se suscitaba en aquel entonces y es de interés social porque la ciudadanía debe estar enterada de lo que sucede en la ciudad, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la nota por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación. También se identificó comentarios reprochando el hecho.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv  
**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 53 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 21/08/2016**



**LEAD:**

En Ambato la empresa encargada de la concesión de los foto-sensores y los involucrados en la destrucción de una cámara llegaron a un acuerdo, los jóvenes deberán cancelar el monto de mil dólares cada uno y cumplirán por 2 años servicio comunitario.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los implicados en el hecho concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la noticia fue oportuna y actual, porque el hecho se suscitaba en aquel entonces y es de interés social porque la ciudadanía debe estar enterada de lo que sucede en la ciudad, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la nota por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación. En esta publicación se identificó varios comentarios unos a favor y otros en contra de las disposiciones realizadas por la empresa encargada de los fotosensores.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Octubre 2016**

En el mes de octubre, el medio de comunicación publicó 54 notas informativas con temas de índole político, social, económico, seguridad, desastres naturales,

delincuencia, obras, salud, cultura, turismo, operativos policiales, y suicidios, para detallar a fondo el análisis se realizó de la siguiente manera:

En la semana del 11 al 13 de octubre el medio publicó 15 notas informativas en dónde se identificó que son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, además se observó comentarios en una noticia sobre la detención de una banda delictiva.

#### Tabla N° 54 Análisis de Contenido

<p><b>NOTICIA PUBLICADA:</b> 11/10/2016</p> 
<p><b>LEAD:</b></p> <p>Ministerio de salud y curso de Pre-grado de medicina familiar, socializan medidas para prevenir cáncer de mama.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las de la casa abierta concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la noticia fue oportuna y actual, porque el problema de cáncer de mama es una enfermedad que necesita ser atendida y por ende es de interés social porque esto afecta a la mayoría de la ciudadanía, además la información fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la nota por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 55 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 12/10/2016



**LEAD:**

Lineamientos para el desfile del 12 de noviembre en Ambato, fueron tratados en sesión del concejo cantonal.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las autoridades municipales concuerdan con la información que se emite en el lead de la publicación de la noticia dándole credibilidad y claridad a la información, además la noticia fue oportuna y actual, porque ya se acercaba el desfile del 12 de noviembre y por ende la información es de interés social porque esto afecta a la mayoría de ambateños y ambateñas, además la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 56 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 13/10/2016



### LEAD:

Instituciones públicas participaron en simulacro anti sismos en el centro comercial Cristóbal Colón.

### INTERPRETACIÓN:

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las autoridades que participaron del simulacro tienen coherencia, claridad y veracidad con la información emitida, además la noticia fue oportuna y actual, porque es importante que las personas estén capacitadas y preparadas en el caso que suceda un sismo y por ende la información es de interés social porque esto afecta a todas las personas, además la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 17 al 21 de octubre el medio publicó 25 notas informativas en dónde se identificó que 23 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las dos restantes contienen las características anteriores pero sin inmediatez y objetividad, además cabe recalcar que se observó comentarios en noticias sobre feria de mascotas, venta de cebollas del Perú y festividades del Sol de Noviembre.

**Tabla N° 57 Análisis de Contenido**

<b>NOTICIA PUBLICADA: 17/10/2016</b>	
	
<b>LEAD:</b>	
Instituciones públicas participaron en simulacro anti sismos en el centro comercial Cristóbal Colón.	
<b>INTERPRETACIÓN:</b>	
En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las autoridades municipales que trataron el proyecto de ordenanza, fueron claros, entendibles y veraces con la información emitida, además la noticia fue oportuna y actual, porque ya se aproximaba la feria de finados y por ende la información es de interés social porque esta feria es esperada por todas las personas, además la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.	

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 58 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 18/10/2016**



**LEAD:**

Banda delictiva, dedicada al robo, fue desarticulada por la policía judicial en Ambato

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión del representante de la Policía Judicial de Tungurahua en donde se informó de forma clara y veras lo ocurrido en el operativo realizado, además la noticia fue oportuna y actual, porque fue compartida lo más pronto posible y tuvo actualidad por que el hecho fue reciente y por ende la información es de interés social porque las personas que fueron asaltadas por aquella modalidad pueden hacer la denuncia respectiva para que aquellos delincuentes sean juzgados por dichos delitos y además la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 59 Análisis de Contenido

### NOTICIA PUBLICADA: 19/10/2016



### LEAD:

Locales comerciales de Ambato, expresan molestias, debido a la disminución de sus ventas.

### INTERPRETACIÓN:

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los comerciantes de calzado, donde se informó de forma clara y veras la ocurrido con la situación de sus ventas, además la noticia fue oportuna y actual, porque fue compartida lo más pronto posible y tuvo actualidad por que el hecho fue reciente y por ende la información es de interés social porque esta problemática directa o indirecta afecta a toda la ciudadanía, además la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 60 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 20/10/2016**



**LEAD:**

La campaña “Yo contra la violencia a los animales”, cuenta con el apoyo de la Coop. de ahorro y crédito “el sagrario”, gracias a la firma de un convenio.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los participantes del convenio, se informó de forma clara y veras lo acontecido, además la noticia fue oportuna y actual, porque fue compartida lo más pronto posible y tuvo actualidad por que el hecho fue reciente y por ende la información es de interés social porque el cuidado de las mascotas involucra a varias personas no solo a una persona en particular, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

Tabla N° 61 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 21/10/2016



**LEAD:**

Exteriores de la “biblioteca de la ciudad y la provincia”, en Ambato, son utilizados por individuos para realizar actividades sospechosas.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los participantes del convenio, se informó de forma clara pero carece de veracidad porque no se constató con las autoridades para verificar si esto está sucediendo, aparte que las personas entrevistadas hacen acusaciones fuertes, además la noticia fue oportuna y actual, porque fue compartida lo más pronto posible y tuvo actualidad por que el hecho según los entrevistados es frecuente y por ende la información es de interés social porque el tema de seguridad inmiscuye a todos y no solo a una persona en particular, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 24 al 27 de octubre, el medio publicó 14 notas informativas en dónde se identificó que son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez.

**Tabla N° 62 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA:</b> 24/10/2016</p>

<p><b>LEAD:</b> Sectores sociales socializan políticas para impulsar la soberanía alimentaria y mejorar el estilo de vida en las comunidades.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p>
<p>En esta nota se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de las autoridades de las comunidades y gobiernos parroquiales concuerdan con el lead de la noticia y se informó de forma clara y verás porque dan testimonio de la socialización de la políticas para impulsar la soberanía alimentaria, además la noticia fue oportuna y actual, porque fue compartida lo más pronto posible y tuvo actualidad por que el hecho según los entrevistados recién se lo está realizando y por ende la información es de interés social porque el tema soberanía alimentaria inmiscuye a todos y no solo a una persona en particular, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 63 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 25/10/2016**



**LEAD:**

Gobierno provincial Tungurahua y diario La Hora, se preparan para realizar el concurso nacional “guaguas de pan”.

**INTERPRETACIÓN:**

En esta nota se verificó que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de los organizadores del concurso concuerdan con el lead de la noticia y se informó de forma clara y verás porque dieron detalles del evento a realizarse con fecha y hora, además la noticia fue oportuna y actual, porque el evento es novedoso e interesante y por ende de interés social porque este tipo de concurso impulsa a la cultura y al turismo gastronómico e involucra a todos y no solo a una persona en particular, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista, por otro lado la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada un día después del suceso y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En conclusión, en el mes de octubre, se identificó que existen comentarios que no son contestados por el medio de comunicación y la publicación de la información no es inmediata.

De la investigación realizada hay que puntualizar que en los meses de agosto, noviembre y diciembre no se identificaron publicación con contenido informativo.

### **Análisis del contenido informativo en YouTube en el año 2016.**

#### **Febrero 2016**

En el mes de febrero el medio de comunicación, se identificó varias notas informativas con temas relacionados con la política, religión, reordenamiento de paradas, informe de las festividades de Ambato, problemas vehiculares, delincuencia, ayuda social, cobro de impuestos, operativos policiales, trabajos que realiza la municipalidad de Ambato entre otros.

#### **Tabla N° 64 Análisis de Contenido**

<b>NOTICIA PUBLICADA:</b> 25/02/2016

<b>INTERPRETACIÓN:</b>
En esta nota se verificó que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la autoridad de control tiene coherencia, la información es clara y verás porque dio detalles del informe de los operativos realizados en las festividades ambateñas pero la nota carece de ser oportuna, actual e inmediatez porque dicho informe ya fue transmitido por la señal abierta del medio de comunicación una semana antes de la publicación de esta información por este sitio de red social, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 65 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 24/02/2016**



**INTERPRETACIÓN:**

Esta publicación se refiere al cobro de impuestos y mejoras en donde en sesión de concejo cantonal analizan esta situación, en donde se verificó que el relato del periodista acompañado de las imágenes y las versiones de las autoridades municipales tiene coherencia y la información difundida es clara y verás porque dieron detalles de la situación actual del cobro de impuestos, sin embargo esta información no es oportuna, actual e inmediatez porque dicha sesión ya fue transmitido por la señal abierta del medio de comunicación una semana antes de la publicación de esta información por este sitio de red social, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 66 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 26/02/2016**



**INTERPRETACIÓN:**

Esta publicación se refiere a los operativos que realiza la ADUANA en varios locales comerciales en donde se manifestó que esta entidad procura evitar la comercialización de productos ilegales, en donde se verificó que el relato del periodista acompañado de las imágenes y las versiones de las autoridades de control tiene coherencia y la información difundida es clara y verás porque los entrevistados fueron las fuentes de directas de la información, por otro lado la información no es oportuna, ni actual y no es inmediata porque dicha sesión ya fue transmitido por la señal abierta del medio de comunicación una semana antes de la publicación de esta información por este sitio de red social, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Abril 2016

En el mes de Abril el medio de comunicación publicó varias notas informativas con temas relacionados con la política, religión, economía, leyes tributarias, problemas vehiculares, delincuencia, ayuda social, inseguridad, operativos policiales, trabajos que realiza la municipalidad de Ambato entre otros.

### Tabla N° 67 Análisis de Contenido

**NOTICIA PUBLICADA:** 11/04/2016



### INTERPRETACIÓN:

Esta publicación se refiere a una campaña que lidera la fundación Rivadeneira para luchar contra el cáncer en niños esto para recolectar donaciones económicas en donde se verificó que el relato del periodista acompañado de las imágenes y las versiones de los promotores de esta campaña tienen coherencia y la información difundida es clara y verás porque los entrevistados fueron las fuentes de directas de la información, por otro lado la información no es oportuna, ni actual y no es inmediata porque dicha sesión ya fue transmitido por la señal abierta del medio de comunicación una semana antes de la publicación de esta información por este sitio de red social, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

**Tabla N° 68 Análisis de Contenido**

**NOTICIA PUBLICADA: 11/04/2016**



**INTERPRETACIÓN:**

Esta publicación se refiere a la inauguración de un estadio de césped sintético donde el Ministro del Deporte participó del evento junto a la presidenta de la FDT en donde se verificó que el relato del periodista acompañado de las imágenes y las versiones de las autoridades tienen coherencia y la información difundida es clara y, por otro lado la información no es oportuna, ni actual y no es inmediata porque dicha sesión ya fue transmitido por la señal abierta del medio de comunicación una semana antes de la publicación de esta información por este sitio de red social, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

## Tabla N° 69 Análisis de Contenido

NOTICIA PUBLICADA: 11/04/2016



### INTERPRETACIÓN:

Esta publicación se refiere a un homenaje a Don Juan Montalvo por conmemorarse el día del maestro e ilustres ambateños fueron participes del evento, en donde se verificó que el relato del periodista acompañado de las imágenes y las versiones de los participantes del evento tienen coherencia y la información difundida es clara y verás, por otro lado la información no es oportuna, ni actual y no es inmediata porque dicha sesión ya fue transmitido por la señal abierta del medio de comunicación una semana antes de la publicación de esta información por este sitio de red social, por otro lado la nota informativa fue objetiva porque no se encontró juicio de valor al momento de construir la información por parte del periodista.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En conclusión, de las publicaciones realizadas en YouTube se identificó que los contenidos informativos carecen de ser oportunos, actuales e inmediatos por que la información no ha sido difundida con la brevedad del caso y finalmente las publicaciones no contiene un lead para conocer de qué se trata la información.

## **CAPÍTULO 5**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

- El contenido informativo compartido o difundido en los sitios de redes sociales que posee el canal televisivo no cumple con casi la mayoría de características que debe tener la noticia: claridad, veracidad, oportunidad, inmediatez, actualidad, de interés social y objetividad.
- Los periodistas al crear el contenido informativo en especial cuando se trata de temas sociales y culturales dejan de lado la objetividad.
- Los diferentes comentarios que los usuarios emiten en las publicaciones no son respondidas por el medio de comunicación.
- La falta de oportunidad e inmediatez en la publicación de la información en las redes sociales denota la falta de interés del medio por el manejo de redes sociales.
- Las publicaciones en las plataformas virtuales de redes sociales que posee el medio de comunicación no son constantes porque al buscar contenido informativo solo se encontró publicaciones de meses determinados.

## **5.2. Recomendaciones**

- Emplear estrategias comunicacionales con el propósito de mejorar los contenidos informativos compartidos en redes sociales.
- Realizar talleres sobre periodismo con el objetivo de refrescar conocimientos y así suplir los errores cometidos al momento de realizar una nota.
- Actualizar las cuentas de redes sociales, con contenidos informativos frescos, cumpliendo con los estándares que exige la ley de comunicación para que las personas puedan informarse de los hechos y sucesos más relevantes de la provincia y la región.
- Diseñar un plan de comunicación para el manejo en los sitios de redes sociales del contenido informativo del medio de comunicación.

## **CAPITULO 6**

### **PROPUESTA**

**Título:**

DISEÑAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL MANEJO EN LAS REDES SOCIALES DEL CONTENIDO INFORMATIVO DEL NOTICIERO DE UNIMAX TELEVISIÓN.

**6.1. Datos informativos**

**Institución colaboradora:** Unimax Televisión

**Beneficiarios:** Unimax Televisión y el representante Ing. Roberto Manciatì

**Ubicación:**

**Barrio:** Cdla. Cristóbal Colón

**Parroquia:** Huachi Loreto

**Cantón:** Ambato

**Provincia:** Tungurahua

**Tiempo estimado para la ejecución:**

**Fecha de Inicio:** Mayo 2017 **Fecha Final:** Noviembre 2017

**Equipo técnico responsable:** Omar Joselo Aldás Yanchapanta

**Costo:** El presupuesto aproximado para la propuesta es de 2300 dólares.

## **6.2. Antecedentes de la propuesta**

Acorde al análisis realizado del contenido informativo en las redes sociales, una cuarta parte de las notas periodísticas publicadas carecen de inmediatez, oportunidad, actualidad y sobre todo objetividad, este último se detectó en temas sociales y culturales, los diferentes comentarios que los usuarios emiten en las publicaciones no son respondidas por el medio de comunicación, eso sin contar los mensajes por interno que tal vez reciban.

Uno de los inconvenientes para el buen manejo de las redes sociales es la inmediatez, puesto que las publicaciones realizadas en las páginas sociales no se la realizan a diario por lo menos, esto provoca que los usuarios o puedan enterarse de los acontecimientos que suceden en la ciudad y provincia.

Además se llegó a la conclusión que el noticiero del medio de comunicación no tiene cuentas propias de redes sociales y la poca información que comparte en el internet se la hace a través de las cuentas institucionales del canal de televisión, por otro lado la necesidad de incorporar al departamento de noticias a una persona que se encargue del manejo de las redes sociales, sería importante.

El noticiero de Unimax televisión ha ido evolucionado con el pasar de los años, según el director de prensa, cada día el departamento de noticias hace todo lo posible para que la noticia sea difundida con veracidad, credibilidad, y responsabilidad sin caer en morbo o amarillismo, sin embargo el avance de las nuevas tecnologías de la comunicación e información en los últimos años, ha ido tomado más protagonismo, las personas se comunican e intercambian información a través de estas herramientas y es

por eso que uno de los anhelos que tiene el productor general es que el informativo de Unimax televisión llegue a estar a la par con la TICs y de esa manera compartir su contenido informativo con aquellos usuarios que navegan en el internet y cumplir con su objetivo de informar los acontecimientos que generan noticias en la zona centro del país.

### **6.2.1. Antecedentes históricos Unimax Televisión**

Según versión del productor general, Unimax Televisión empieza sus actividades el 22 de abril de 1997 con el programa de noticias, en aquel entonces se transmitió a señal abierta la toma de la residencia de la embajada de Japón en Lima y desde ahí el noticiero ha sido el pilar fundamental del canal, además de programas de música, variedades y de ámbito deportivo, el aquel propietario del medio televisivo era el Sr. Germán Calvache.

En el año 2002, la televisora fue puesta en venta y la persona quién compró el medio fue el Dr. Cesar Augusto Alarcón Costta quién era propietario de varios medios de comunicación tanto en radio y televisión en varias provincias, desde esa fecha a la actualidad el medio de comunicación se ha convertido en un canal regional con la misión de informar, educar y entretener con responsabilidad a los televidentes.

### **6.3. Justificación**

La presente investigación tiene como fin diseñar un plan comunicacional para el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión, para que el programa de noticias pueda difundir sus noticias por medio del internet, y no solo sea por el espectro radioeléctrico y de a poco vaya acoplándose a las nuevas tecnologías de información y comunicación.

La necesidad de mejorar el manejo en las redes sociales es porque el contenido informativo que se construye en el departamento de prensa no es totalmente compartido por los medios sociales, según las indagaciones al personal encargado de ese trabajo, el noticiero televisivo carece de cuentas de redes sociales propias, sin embargo la poca información que comparte se la realiza a través de los medios sociales institucionales del canal televisivo, no cuentan con una persona que se encargue estrictamente de esa área.

El presente proyecto cuenta con el apoyo de los directivos de Unimax Televisión, la planificación va ser preponderante al momento de emplear estrategias comunicacionales que coadyuven a fortalecer la difusión de contenidos informativos del noticiero televisivo a través de las redes sociales. El presente documento servirá como modelo aplicable en otros medios de comunicación que no poseen un manejo adecuado de la información que se comparte o desea compartir a través de los medios sociales.

#### **6.4. Objetivos**

##### **6.4.1. Objetivo general**

Proponer un plan de comunicación para el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax Televisión.

##### **6.4.2. Objetivos específicos**

- Crear mecanismos de comunicación para la difusión del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión en la web.
- Establecer mesas de trabajo que faciliten mejorar el contenido informativo antes de publicado en redes sociales.

- Aplicar acciones que permitan actualizar el contenido informativo del noticiero de Unimax televisión de una forma eficaz y eficiente en redes sociales.

## **6.5. Análisis de factibilidad**

La factibilidad de realizar un plan de comunicación para el manejo en las redes del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión es importante, porque ayudaría a que la información sea compartida de una forma eficaz y eficiente, gracias a la implementación de mecanismos de comunicación que permitan difundir el contenido noticioso de una forma inmediata, para que las personas puedan tener la información de primera mano.

### **Factibilidad Económica**

En el tema económico la factibilidad para realizar este proyecto es accesible puesto que para generar una cotización de inversión se procuró optimizar al máximo los recursos que posee el medio de comunicación para que pueda solventarse el proyecto.

### **Factibilidad Política**

El Ecuador en la actualidad se encuentra en una recesión por la caída del petróleo, las fuentes de empleo son escasas sin embargo, las políticas accionadas por el gobierno en el tema de información ayudaría a respaldar este proyecto, siempre en cuanto el beneficiario sea la ciudadanía.

### **Factibilidad legal**

El presente proyecto es factible legalmente porque va de acuerdo con lo que exige y determina la Constitución de la República del Ecuador en el tema de derechos

de comunicación e información, por lo tanto no habría ningún inconveniente para realizar el plan de comunicación.

Para realizar esta propuesta es primordial que los directivos del medio de comunicación tengan la disposición de colaborar y así lograr los objetivos anteriormente planteados, en el caso de Unimax Televisión está abierta la brecha para poder llevar a cabo este proyecto.

Finalmente, la aplicación de este plan de comunicación ayudaría a mejorar el contenido informativo y el manejo de las redes sociales y para lograrlo se necesita el compromiso y la cooperación del personal de prensa y producción para que este proyecto se ejecute con certeza y eficacia.

## **6.6. Fundamentación**

Este proyecto se fundamenta en el marco de comunicación estratégica porque se va coordinar todos los recursos comunicacionales posibles tanto externos como internos con el propósito de alcanzar los objetivos planteados.

Según Molina (2004) el cambio y la adaptación a situaciones nuevas debería ser considerado algo con natural a las organizaciones (p. 7)

Es así que la comunicación estratégica ayudaría al noticiero de unimax televisión a acoplarse a las nuevas herramientas de comunicación e información con acciones y mecanismos comunicacionales que permitan la difusión del contenido informativo a través de las redes sociales que prevalecen en la web.

Además, el presente proyecto se basa legalmente en el Art. 16 de la Constitución de la República del Ecuador, en la sección tercera del capítulo que trata sobre Derechos

de la Comunicación e Información que suscribe; Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos, además el acceso universal a las nuevas tecnologías de información y comunicación, sin dejar de lado el derecho al acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad y finalmente de integrar los espacios de participación previsto en la Constitución en el campo de la Comunicación (Asamblea, 2008).

Además de la Constitución, el proyecto se fundamenta en la Ley Orgánica de Comunicación en el Art. 10 donde menciona ciertas normas deontológicas que deben cumplir los medios de comunicación para difundir información y opinión.

#### **6.7. Plan de Comunicación para el manejo del contenido informativo en redes sociales**

Para la ejecución de un plan comunicacional se necesita del esfuerzo y dedicación constante del personal encargado de la construcción de la información y del community manager, para ejecutar las diferentes estrategias de comunicación y así mejorar la difusión del contenido informativo de Unimax televisión a través de las redes sociales.

La interacción entre la organización y la ciudadanía es uno de los objetivos de todo medio de comunicación quiere alcanzar, es por eso que ahora con el avance de la tecnología la comunicación se vuelve más rápida y el acceso a la información es increíble, es por eso la necesidad de emplear un plan de comunicación que sirva como guía para una buena difusión de contenidos informativos en las diferentes plataformas virtuales.

## 6.8. Metodología – Modelo Operativo

**Tabla N° 70 Modelo Operativo**

FASES	OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO	COSTO
<b>FASE I Sensibilización</b>	Establecer los procesos para la elaboración y publicación de contenidos informativos del noticiero de Unimax televisión en redes sociales.	Promover reuniones para la elaboración y difusión de contenidos informativos en redes sociales.	Analizar los procesos de elaboración y difusión de contenidos a través de redes sociales.	Pizarra y marcadores Documentos Computadora Humano	Investigador, Dirección de Prensa y Producción General.	15 días	20,00
<b>FASE II Concientización</b>	Organizar las estrategias comunicacionales para la difusión del contenido informativo en redes sociales.	Concientizar la importancia del manejo adecuado en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión.	Analizar el manejo del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión a través de redes sociales.	Computador Pizarra y marcadores Humano	Investigador, Dirección de Prensa y Producción General.	15 días	20,00
<b>FASE III Ejecución</b>	Crear mecanismos de comunicación	Definir las cuentas de redes sociales	Crear cuentas en redes sociales: Facebook	Computador Internet	Investigador y Producción General.		2.250,00

	<p>para la difusión del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión en la web.</p> <p>Establecer mesas de trabajo que faciliten mejorar el contenido informativo antes de ser publicado en redes sociales.</p> <p>Aplicar acciones que permitan actualizar el contenido informativo del noticiero de Unimax televisión de una forma eficaz y eficiente en las redes sociales.</p>	<p>del noticiero Unimax televisión.</p> <p>Mejorar el contenido informativo</p> <p>Potenciar el manejo de las redes sociales del noticiero de Unimax televisión.</p>	<p>Twitter YouTube</p> <p>Organizar conversatorios</p> <p>Promover charlas de capacitación sobre Periodismo</p> <p>Difundir y compartir el contenido informativo del noticiero de Unimax televisión en redes sociales</p>	<p>Humano</p> <p>Pizarra y marcadores</p> <p>Computadora</p> <p>Computador Internet</p>	<p>Investigador y Dirección de Prensa</p> <p>Investigador, Dirección de Prensa y Producción General</p>	<p>6 meses</p>	
--	--	--	---	---	---	----------------	--

<b>FASE IV Evaluación</b>	Evaluar los procesos de difusión de contenidos informativos del noticiero de Unimax televisión a través de redes sociales.	Determinar el nivel de aceptación por parte de la ciudadanía sobre la difusión de contenido informativo a través de las redes sociales.	Realizar encuesta online y reuniones con el personal involucrado.	Computador  Internet  Pizarra y marcadores.  Humano	Investigador, Dirección de Prensa y Producción General	Semanal	10,00

**Fuente:** Plan de comunicación para el manejo en las redes sociales del contenido informativo de Unimax televisión

**Elaborado por:** Aldás Omar

## **6.9. Desarrollo de la propuesta**

### **FASE I**

- **Establecer procesos en la elaboración del contenido informativo para la publicación en los sitios webs de redes sociales de Unimax televisión.**

Para establecer los procesos en la elaboración del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión a través de las redes sociales se visitará el medio de comunicación, y se podrá verificar y constatar cual es el procedimiento para la construcción de las notas informativas y el manejo de las redes sociales.

### **FASE II**

- **Organizar estrategias comunicacionales para la difusión del contenido informativo en redes sociales.**

Para organizar las estrategias comunicacionales para la difusión de contenidos en las redes social hay que tomar en cuenta que se necesita primero el compromiso del personal de prensa para trabajar en conjunto con la persona que este encargada del manejo de redes sociales para que vuestra labor se eficaz y eficiente.

Es importante que el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión se lo haga con responsabilidad, para eso es necesario que el contenido informativo esté debidamente construido, además la persona que esté al frente de esta labor, tiene que ser un comunicador social porque se necesita del conocimiento en periodismo y de la ley orgánica de comunicación para que el canal televisivo no tenga problemas a posterior.

Según el director de noticias el objetivo principal del departamento de prensa es informar con veracidad, credibilidad y responsabilidad al momento de difundir un hecho o suceso, sin embargo no se ha aprovechado los medios alternativos de comunicación e información y eso se ve plasmado en la investigación realizada, por tal razón es necesario implementar un plan comunicacional para la difusión de contenidos noticiosos a través de las redes sociales.

### **FASE III**

- **Crear mecanismos de comunicación para la difusión del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión a través de las redes sociales.**

La información que genera el departamento de prensa es difundida por las redes sociales institucionales del canal de televisión, pero para darle identidad al programa de noticias y no mezclar información institucional del medio de comunicación con información noticiosa, es necesario la creación de cuentas en redes sociales para que el noticiero sea conocido y pueda posicionarse como algunos programas de noticias a nivel nacional.

Las redes sociales más utilizadas por el medio de comunicación son Facebook, y YouTube pero en esta ocasión se incorporará el Twitter por ser una de las redes que se caracteriza por brindar información, es así que cada una de ellas tienen características distintas en las que hay que aprovechar para potencializar el manejo de las redes sociales del noticiero de Unimax televisión.

- **Establecer mesas de trabajo que faciliten mejorar el contenido informativo antes de ser publicado en redes sociales.**

Como resultados del análisis que se realizó al contenido informativo de Unimax Televisión y que a la vez es compartido en sus sitios de redes sociales fue la subjetividad que el o los periodistas incorporan en sus notas informativas.

Susana González Reyna menciona que la estructura de la nota informativa exige la presentación de toda la información noticiosa y, en segundo término los datos que le complementan pero no se permite la inclusión de juicios de valor (González, 2005).

Es decir que las noticias deben ser contadas tal y como son, sin alteraciones, sin opiniones o comentarios, para realizar estas hay otros espacios y otros géneros periodísticos en el que se lo puede emplear.

Para mejorar el contenido informativo del noticiero se organizaría conversatorios internos para exponer sus ideas, observaciones y de ahí sacar buenas propuestas para mejorar la nota informativa.

Otra de las actividades que se propondría sería los talleres de capacitación sobre periodismo con el propósito de refrescar conocimientos y que no solo sea por el tema del contenido informativo más bien, para abarcar otras temáticas referentes al quehacer periodístico.

En el tema del manejo del contenido informativo en las redes sociales, se trataría de generar espacios para trabajar en conjunto con el departamento de prensa, para conocer y dar a conocer cómo se va llevando la información en las diferentes plataformas.

La información que a diario generan los periodistas, pasan por un proceso de revisión y verificación para que sean difundidos por el medio de televisión y de igual manera hay que efectuarlo antes de publicar alguna información.

- **Aplicar acciones que permitan actualizar el contenido informativo del noticiero de Unimax televisión de una forma eficaz y eficiente en las redes sociales.**

Al respecto del manejo del contenido informativo de Unimax Televisión en el análisis realizado se determinó que la inmediatez y la oportunidad son problemas para el medio porque no actualizan la información o la comparten después de una día de haber sucedido un hecho, entonces la solución próxima para erradicar esta problemática es que una persona se encargue directamente del manejo de las redes sociales.

Para la difusión de contenido informativo a través de las redes sociales hay que tomar en cuenta ciertos aspectos dependiendo la red social a utilizar:

- ✓ Las imágenes deberán contar con información corta y detallando la noticia generada por el departamento de prensa (Twitter).
- ✓ Al compartir una nota audio-visual, hay que verificar que la grabación sea visible y se escuche bien, además se recomienda subir el video en formato VMW para que el proceso se lo realice en menos tiempo (Facebook - YouTube).
- ✓ La utilización del hashtags al momento de publicar una información servirá para promocionar al noticiero y a la vez diferenciar, destacar las notas que se compartirán en las redes sociales (Twitter - Facebook).

- ✓ Las redes sociales permite interactuar con millones de personas, por tal razón es importante proceder de una manera adecuada los comentarios o mensajes que lleguen a las paginas, porque de eso dependerá que los usuarios sigan nuestros medios sociales.

#### **FASE IV**

- **Evaluar los procesos de difusión de contenidos informativos del noticiero de Unimax televisión a través de redes sociales.**

Se procederá a dar un seguimiento diario de las noticias que se difundan por las redes sociales, las reuniones con el departamento de prensa ayudarán a fortalecer los contenidos informativos que se construyen cada día, además los comentarios y mensajes que los usuarios envíen se tomarán en cuenta para proponer temas de investigación y con eso mejorar el contenido informativo y por ende el manejo de las redes sociales.

Cada semana se realizará una evaluación de las redes sociales con el propósito de verificar el grado de aceptación e interacción de los usuarios, así mismo con los mensajes y comentarios que se reciben en las distintas páginas sociales.

## 6.10 Matriz de plan de evaluación

Tabla N° 71 Matriz del Plan de Evaluación

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIONES</b>
¿Quiénes solicitan evaluar?	Noticiero de Unimax televisión
¿Qué evaluar?	La difusión del contenido informativo del noticiero Unimax televisión en las redes sociales.
¿Por qué evaluar?	Para comprobar si el plan de comunicación ayuda a mejorar el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión.
¿Para qué evaluar?	Para confirmar el cumplimiento de los procesos del manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax televisión.
¿Quién evalúan?	Producción General y Dirección de Prensa
¿Cuándo evaluar?	Semanalmente
¿Cómo evaluar?	Encuestas online, fichas de observación y reuniones.
Fuentes e instrumentos	Cuestionario, Guía de ficha de observación

**Fuente:** Matriz del Plan de Evaluación.

**Elaborado por:** Aldás Omar

## C. MATERIALES DE REFERENCIA

### Bibliografía

1. Albalá Ubierno, E. (2011). Bienvenida Web 3.0 Guía para sobrevivir en la Internet del 2011.  
Recuperado de  
[http://tecno.unsl.edu.ar/multimedia/libros/10058696\\_Web3.0Lulu.pdf](http://tecno.unsl.edu.ar/multimedia/libros/10058696_Web3.0Lulu.pdf)
2. Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Publicada *en el Registro Oficial* No. 449, del 20 de Marzo de 2008. Ecuador.
3. Asamblea Nacional. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. Publicada *en el Registro Oficial* No. 22, del 25 de Junio de 2013. Ecuador.
4. Bañuelos, J. (2009). YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. Primera revista digital en América Latina especializada en tópicos de comunicación, ISSN 1605-4806. Recuperado de  
<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/varia/jbanuelos.pdf>
5. Bardin, L. (1996 2ª e) Análisis de contenido. Akal.
6. Cabrera Hernández, L. (2013). Web 2.0: Wikipedia como fuente de información sobre las ciencias de la alimentación y de la nutrición (Tesis doctoral inédita).  
Recuperado de  
<http://hdl.handle.net/10045/31987>
7. Caldera Serrano, J. y León Moreno J. ( 2012). Las Redes Sociales: herramienta de alfabetización mediática de la prensa digital. Documentación de las Ciencias

de la Información, vol. 35, 181-191. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1443353941/fulltextPDF/8DC34CFDCD6A4002PQ/1?accountid=36765>

8. Calderón Vivanco, J. (2005). Periodismo de investigación: métodos, ética y estética. Quito, Ecuador: Editorial “Quipus” CIESPAL.
9. Cerviño Queiroz, B. (2012). El uso de las redes como fuentes de información para periodistas (Tesis de maestría inédita). Recuperado de <http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/216886/Versi%C3%B3n%20digital%20del%20trabajo.pdf?sequence=1%A0>
10. Costales Rivera, J. (2012). Mapa de Medios digitales del Ecuador 2012. CIESPAL Recuperado de <http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf>
11. García González, A. y Alende Castro, S. (2014). El concepto de “accountability” en Facebook. Accidente ferroviario de Santiago de Compostela. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, vol. 21(1), 317-331 Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1713913229/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/15?accountid=36765>
12. Garrido, J. (2004). Comunicación de la estrategia. La efectividad está en la dirección. Management, 289, 1-8. Recuperado de [http://franciscojavierrgarrido.com/descargas/E\\_Management.pdf](http://franciscojavierrgarrido.com/descargas/E_Management.pdf)

13. Gonzáles Molina, S. y Ramos del Cano, F. (2013). El uso periodístico de Facebook y Twitter: un análisis comparativo de la experiencia europea. *Historia y Comunicación Social*, vol. 18, 419-493. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1518787840/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/10?accountid=36765>
14. Gonzáles Reyna, S. (1997). *Géneros Periodísticos 1 periodismo de opinión y discurso*. México: Trillas.
15. Herrero Curiel, E. (2012). El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Vivat Academia*, 117E, 612-634. Recuperado <http://search.proquest.com/docview/1313442511/fulltextPDF/6104E26CFFD84005PQ/1?accountid=36765>
16. Herrero, Curiel E. (2013). Fuentes periodísticas y redes sociales en las noticias de Marta del Castillo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 19(1), 453-470. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1440076350/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/2?accountid=36765>
17. Maisanche Castillo, W. (2015). *Las estrategias de comunicación periodística y la difusión de contenidos en la página web del Diario El Heraldo de la ciudad de Ambato* (Tesis). Universidad Técnica de Ambato.
18. Martínez, F. (1996). La enseñanza ante los nuevos canales de comunicación. En Tejedor, F.J. y G<sup>a</sup> Valcárcel, A. (Eds.), *Perspectivas de las nuevas tecnologías de la educación* (101-136). Madrid: Narcea.
19. Mejía Llano, J. (2013). *La guía del community manager*. Madrid, España: Ediciones Anaya Multimedia.

20. Melero Aguilar, N. (2011). El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad social: Un análisis desde las ciencias sociales. *Cuestiones Pedagógicas*, vol. 21, 339-355. Recuperado de [http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art\\_14.pdf](http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art_14.pdf)
  
21. Pérez Torres, A. (2014). Tipos de textos (Tesis de maestría inédita). Recuperado de <http://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/15805/LECT121.pdf?sequence=1>
  
22. Rodríguez Palchevich, D. (2008). Nuevas tecnologías Web 2.0: Hacia una real democratización de la información. Recuperado de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Lectura/LITE/LECT83.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/LITE/LECT83.pdf)
  
23. Rodríguez Ruibal, A. y García López, J. (2013). Uso y funciones de Twitter en periodistas españoles. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 19, 963-969. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1511499436/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/8?accountid=36765>
  
24. Sánchez González, H. y Méndez Muros, S. (2015). Las guías de uso de medios sociales: regularización periodística y calidad informativa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 21, 143-154. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1778764621/fulltextPDF/ED2F4D8670AA4AE4PQ/2?accountid=36765>
  
25. Serrano Helga, I. (2007). *Técnicas de enseñanza del periodismo*. México: Trillas.

26. Túnez López, M. (2013). Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales. Estudios sobre el mensaje periodístico, vol. 18(1), 221-239. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1033194375/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/9?accountid=36765>
27. Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, E. y Valdecasa, E. (2011). Las Redes Sociales en Internet. España: Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI.
28. Valverde Montesino, S. (2005). El aprendizaje de las Tecnologías de la información y la Comunicación en personas con síndrome de Down (Tesis doctoral inédita). Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/edu/ucm-t28915.pdf>
29. Wolton, D. (1999). Sobre la comunicación: Una reflexión sobre sus luces y sus sombras. Madrid, España: Acento Editorial.

# ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Objetivo:

Conocer el criterio de las personas en cargadas de la difusión de los contenidos informativos del noticiero de UNIMAX TELEVISIÓN sobre el manejo de la noticia en las redes sociales.

Fecha:   Lugar:

Guía de entrevista

- 1.- ¿El noticiero de Unimax Tv tiene cuentas en redes sociales?
- 2.- ¿Considera usted que las redes sociales (facebook, Twitter, YouTube) son herramientas importantes para difundir contenido informativo? ¿Por qué?
- 3.- ¿Considera que el intercambio de información ayudaría a crear contenidos informativos para el noticiero de Unimax Tv? ¿Por qué?
- 4.- ¿Con que frecuencia se sube información a las redes sociales del noticiero de Unimax TV?
- 5.- ¿Cree usted que se necesita un plan de comunicación para el manejo en las redes sociales del contenido informativo del noticiero de Unimax Tv? ¿Por qué?
- 6.- ¿De qué manera se genera la información en el noticiero de Unimax Tv?
- 7.- ¿Qué tipo de contenido se maneja en el noticiero de Unimax Tv?
- 8.- ¿Cuál es el objetivo del noticiero de Unimax Tv?
- 9.- ¿Por qué medios se difunde el contenido informativo?
- 10.- ¿La Noticia es inmediata?

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Fecha: 15/12/2016

Medio de Comunicación: Unimax Televisión

Ubicación: Calles: Rodrigo de Triana y 12 de Octubre (Ambato)

Situación observada y contexto: Manejo de las redes sociales Y el contenido informativo de Unimax TV.

Tiempo de observación:

Observador: Omar Joselo Aldás Yanchapanta

Guía de Ficha de observación

Publicaciones	Claridad	Veracidad	Oportuna	Actual	Inmediata	Interés Social	Objetiva

## PÁGINA DE FACEBOOK UNIMAX TELEVISIÓN

Te gusta ▾ Siguiendo ▾ Compartir ...

**UnimaxTV Ambato**  
26 de octubre de 2016 · Ambato · 🌐

LAS ACTIVIDADES PARA LAS FESTIVIDADES "SOL DE NOVIEMBRE", SERÁN VARIADAS Y LA MÚSICA Y EL ARTE PROTAGONISTAS.

1,249 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

17

## PÁGINA DE YOUTUBE UNIMAX TELEVISIÓN

Buscar 🔍

**UNIMAX TELEVISION** [Suscribirse](#) 1.064

Inicio **Videos** Listas de reproducción Canales Comentarios Más información 🔍 ¿Ya te has suscrito?

← Videos subidos Más populares ▾ Lista ▾

**ACCIDENTE VÍA RIOBAMBA**  
Hace 4 años · 25.457 visualizaciones

**TUNGURAHUA RECUERDA EL TERREMOTO DEL 5 DE AGOSTO DE 1949**  
Hace 3 años · 19.583 visualizaciones

**Universidad Técnica de Ambato**

**EL MANEJO EN LAS REDES SOCIALES Y EL CONTENIDO  
INFORMATIVO DE UNIMAX TELEVISIÓN**

**Tutor:** Dr. Mg. Miguel Chicaíza

miguelachicaizam@uta.edu.ec

**Autor:** Omar Joselo Aldás Yanchapanta

josmar0984dj@gmail.com

**Resumen:**

La investigación desarrollada se basa en el manejo en las redes sociales del contenido informativo de Unimax Televisión, con el propósito de analizar, establecer y determinar si el contenido informativo del medio es compartido a través del internet. Los medios sociales en la actualidad son los más utilizados como canal de comunicación e intercambio de información esto por su inmediatez. Los medios de comunicación tradicionales buscan incursionar en las redes sociales con el propósito de conseguir o recuperar audiencia. Para la investigación se empleó el análisis de contenido como metodología de investigación, con el cual se determinó que el tipo de contenido que maneja el informativo es noticioso, no tiene la inmediatez que se requiere provocando que la información que se comparte en las redes sociales pierda protagonismo, el tiempo de actualización de las noticias no es la adecuada porque el contenido informativo no es inmediato. Es así que para dar solución al problema que tiene el canal televisivo se propone diseñar un plan de comunicación, donde se pueda aplicar estrategias comunicacionales que ayuden a mejorar el manejo en las redes sociales del contenido informativo de Unimax Televisión, generando dinamismo e inmediatez a la información, y de esta manera cumplir con el objetivo de la institución, difundir su contenido informativo por todos los medios o canales de comunicación tradicionales y alternativos existentes y lograr evolucionar para estar a la par de las nuevas tecnologías de comunicación e información.

**Palabras clave:** Redes sociales, Medios de Comunicación, Noticia, Audiencia, Periodismo.

**Abstract:**

The research developed is based on the management in social networks of the information content of Unimax Television, with the purpose of analyzing, establishing and determining if the information content of the medium is shared through the internet. Social media at present are the most used as a channel of communication and information exchange because of its immediacy. Traditional media seek to penetrate into social networks for the purpose of getting or recovering audience. For the investigation, the interview and the observation sheet were used as data collection tools, with which it was possible to determine the current situation of the information content management in social networks. Thus, in order to solve the problem of the television channel, it is proposed to design a communication plan, where communication strategies can be applied to help improve the management of the information content of Unimax Televisión, thus generating dynamism and immediacy with The information, which at the same time the people or users of social networks will be able to visualize and to see you share that news content.

**Key words:** Social networks, Media of Communication, News, Audience, Journalism.

## **1. INTRODUCCIÓN.**

En el Ecuador el tema de la difusión de contenidos informativos que imparten los canales de televisión a nivel nacional a través del internet en los últimos años ha ido evolucionando, la aparición del internet ha posibilitado que la comunicación entre las personas sea rápida e interactiva, puesto que ahora, solo con un clic la información puede llegar a varias partes del mundo.

Según datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2013 el porcentaje de personas que tienen acceso a internet ya sea por computadora, una laptop o un teléfono inteligente, era casi la mitad de la población, por otro lado las nuevas tecnologías de información y comunicación cada día van evolucionando y mejorando (INEC, 2013).

En la actualidad las redes sociales se han convertido en la fuente de información de la mayoría de personas, según datos emitidos por el INEC en el 2014, alrededor de un 98% de personas encuestadas sobre una franja de edad de los 12 años en adelante, entre adolescentes, jóvenes y adultos, poseen un cuenta en Facebook dando como resultado a esta red social como la más utilizada libre de Twitter, YouTube, WhatsApp, Skype entre otras (INEC, 2014)

La mayoría de medios de comunicación utilizan las redes sociales para interactuar con las personas, ya sea para captar seguidores, vender publicidad o para receptor denuncias o sugerencias en algunos de los casos, sin embargo hoy por hoy la utilización de estas herramientas tecnológicas, cada día se van afianzando más en la retina de las personas y es por eso que la prensa escrita, hablada y televisiva de a poco le pone importancia al manejo de la redes sociales.

Un estudio realizado por CIESPAL en el año 2012 determina que en el Ecuador existe un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y 4 revistas. Las provincias con mayor cantidad de medios digitales son

Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro; haciendo ver que la región sierra es donde más medios se registran, por otro lado las provincias que carecen de medios digitales son Napo, Orellana, Zamora y Carchi (CIESPAL, 2012).

Refiriéndose al contenido informativo que comparten los noticieros de los canales de televisión a nivel nacional según el mapeo de medios digitales del Ecuador en el 2012 se encuentran Ecuador TV, Teleamazonas, RTU, Telerama, Canela TV, Ecuavisa, TC televisión, Canal Uno, La Tele, Gama Tv y RTS, en cuanto a la información que publican el 25% de canales de televisión publican información nacional; un 18% información internacional, el mismo porcentaje publican información de farándula y promocional y solo un canal publica información local. La información es actualizada diariamente en un 91%, es decir, seis de los 11 medios observados aplican inmediatez en la actualización de sus contenidos en cambio cinco no actualizan con ese rango. Las redes sociales más utilizadas por los medios televisivos en sus plataformas de internet se distribuyen de la siguiente manera: Facebook, con un 29%; Twitter y Youtube un 21%; servicio RSS con un 12% y un 6% de los medios usan la plataforma Justin.TV (CIESPAL, 2012).

Es importante señalar que esta investigación se lo hizo hace cuatro años atrás, y los datos por lo general se van incrementando paulatinamente puesto que la tecnología con el pasar de los años se va desarrollando cada vez más, por otro lado las vías de comunicación se van acoplando a las nuevas tecnologías de comunicación e información, es por eso que el tema de generar contenidos informativos y compartirlos en redes sociales es importante para un medio de comunicación, porque con eso puede llegar con la noticia a miles de personas y aparte puede ser una alternativa para que el medio pueda fortalecer su imagen institucional por medio de la web.

Unimax Televisión es un medio de comunicación regional, enfocada a comunicar e informar mediante lealtad, responsabilidad, honestidad, unidad, transparencia, eficacia y servicio social, su parrilla de programación está basada en tres ejes informar, entretener y educar. En el eje que se centra esta investigación es el manejo de la

información recabada por el departamento de noticias y difundida en las redes sociales de Unimax Televisión (Unimax, 2012).

## **2. METODOLOGÍA**

Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo porque permitió explorar los fenómenos en profundidad, analizando múltiples realidades subjetivas, contextualizando el fenómeno y su proceso de indagación siendo de tipo inductivo. La investigación se centró en el nivel exploratorio, porque se indagó la situación actual del medio de comunicación y se sondeó la información y se verificó cada dato encontrado en la investigación para generar hipótesis que ayude a poner en marcha una propuesta factible y viable a lo descubierto. Para ello se realizó un análisis de contenido, en donde se basó en la lectura visual del contenido informativo publicado en los sitios webs de redes sociales, en donde se constató el cumplimiento de ciertas características que debe tener un texto para ser noticioso y de esta forma conocer de qué manera se construye el contenido informativo del canal televisivo y que a la vez es compartido en los sitios de redes sociales.

## **3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Para realizar la investigación se procedió a identificar la variable en la que se va analizar, en esta ocasión se trata del contenido informativo de Unimax Televisión difundido en sitios de Redes Sociales.

El contenido informativo deberá cumplir las siguientes características:

Claridad: Los hechos deben ser lo más coherentes y autorizados por el entrevistado.

Veracidad: Los hechos o suceso deben ser verdaderos y, por lo tanto verificables.

Oportuno: Mientras más rápido se dé a conocer un hecho noticioso mayor valor posee.

Actualidad: Los hechos deben ser actuales o recientes.

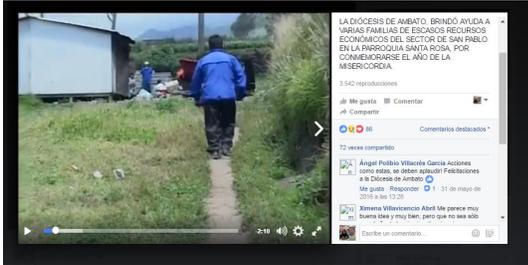
Interés Social: Los hechos deben ser de interés común no particular.

Objetiva: el periodista no debe verse reflejado por ningún tipo opinión o juicio de valor.

## **Análisis del contenido informativo de Unimax Televisión difundido en Facebook en el año 2016.**

En el mes de Mayo el medio de comunicación publicó 7 noticias con temas referentes a economía, ayuda social, simulacros de prevención, drogas, obras en la ciudad, aniversario de una unidad educativa y agasajos a niños, de las siete informaciones solo dos cumplen con las características de ser claras, veraces, oportunas, de actualidad, interés social y objetividad pero carecen de inmediatez, mientras que las informaciones restantes carecen de inmediatez y objetividad pero son claras, veraces, oportunas, actuales y de interés social, además cuando se trata de temas de ayuda social se observó que hay participación de los usuarios en los comentarios.

### **Tabla N° 1 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 30/05/2016</b></p> 
<p><b>LEAD:</b></p> <p>La Diócesis de Ambato, brindó ayuda a varias familias de escasos recursos económicos del sector de san pablo en la parroquia santa rosa, por conmemorarse el año de la misericordia.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Esta noticia es clara y objetiva porque va detallando el acontecimiento que ha ocurrido, consta de veracidad puesto que las personas que intervienen en la nota corroboran el acontecimiento y dan fe, que la ayuda que brinda la pastoral es real, el acontecimiento es oportuno y actual porque el hecho sucedió el mismo día pero la publicación de la noticia no es inmediata porque se lo realizó en horas de la noche. Además se observó varios comentarios en apoyo al trabajo que cumple la Diócesis de Ambato.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En el mes de junio el medio de comunicación publicó 102 noticias informativas con temas de índole político, económico, seguridad, desastres naturales, delincuencia, obras, salud, cultura, turismo y social, para detallar más a fondo el análisis se lo efectuó de la siguiente manera:

En la semana del 1 al 3 de junio el medio publicó 13 informaciones en dónde se identificó que 7 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 6 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

### Tabla N° 2 Análisis de Contenido

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 02/06/2016</b></p> 
<p><b>LEAD:</b></p> <p>La situación económica que atraviesa el país, se ve reflejado en las asignaciones de los recursos a las gobiernos autónomos descentralizados, en el caso de Ambato según las autoridades está pendiente más de 30 millones de dólares.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Esta nota se trató sobre el dinero que debe recibir el municipio por parte del gobierno aquí se identificó que la información es clara y entendible responde al ¿Cuándo sucedió? ¿Cómo sucedió? ¿Dónde sucedió? ¿A quién o quienes les sucedió? y ¿Por qué sucedió? Por otro lado es veraz porque intervienen las autoridades competentes para dar esa información, además es oportuno y de actualidad porque en aquel entonces había problemas con los presupuestos de los GADs y es de interés social porque es una situación que afecta a todos. Sin embargo la información carece de inmediatez porque es difundido a horas de la noche y no al instante que se difunde por la señal de TV abierta, y por último es objetiva porque no se identificó juicio de valor o comentario del periodista.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 6 al 10 de junio el medio publicó 25 informaciones en dónde se identificó que 18 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 7 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además cabe recalcar que cuando se trata de noticias de turismo y obras municipales los usuarios dejan sus comentarios.

**Tabla N° 3 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 03/06/2016</b></p>

<p><b>LEAD:</b></p> <p>El aviso oportuno al ecu 911, alerta a la policía nacional de un asalto en una entidad financiera en el Cantón Píllaro, de inmediato se emprendió un operativo lo que permitió capturar a los presuntos delincuentes en la parroquia de Izamba, al momento de la detención se encontraron con varias evidencias del atraco.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p>
<p>Esta nota se trató sobre el asalto a una persona que se encontraba en una entidad financiera, la información que se evidencia en esta nota es clara y veras ya que la información es contrastada y verificada con el agente policial a cargo del caso, es oportuna y actual porque fue difundido el mismo día y porque el hecho responde al ¿Cuándo sucedió? ¿Cómo sucedió? ¿Dónde sucedió? ¿A quién o quienes les sucedió? y ¿Por qué sucedió? Además existe objetividad al momento de contar el hecho puesto que no se identificó juicio de valor o comentario y es de interés social porque a cualquier persona le puede suceder un robo o asalto y esta es una forma para que la ciudadanía este alerta en este tipo de casos. Por otro lado la información publicada carece de inmediatez ya que es difundido a horas de la noche y no al momento que es difundido por la señal de TV abierta.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 20 al 24 de junio el medio publicó 25 informaciones en dónde se identificó que 22 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 3 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además se encontró un comentario sobre el robo de un almacén.

**Tabla N° 4 Análisis de Contenido**

<p><b>NOTICIA PUBLICADA: 20/06/2016</b></p>

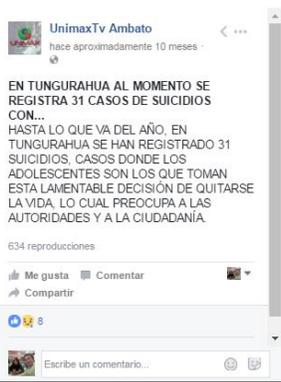
<p><b>LEAD:</b></p>
<p>El trabajo conjunto entre la policía nacional y comuneros de la parroquia de pasa pudieron encontrar el cadáver de un ciudadano que estaba extraviado en días atrás, según el informe policial al parecer la causa del deceso sería por hipotermia.</p>
<p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p>
<p>Esta nota es clara y veras porque en el video interviene las personas afectadas, la policía nacional en donde hablaron sobre lo acontecido con el comunero desaparecido y luego hallado muerto aparte de que el relato de lo acontecido tenía concordancia con las imágenes y las versiones de cada uno de los individuos que intervinieron en el video; también fue oportuno y de actualidad porque esta nota es el resultado de otra noticia difundida en el medio, además la información compartida es de interés social porque involucra a una comunidad y no solo a una persona, otro aspecto que se identificó que la información tiene objetividad porque no se encontró juicio de valor por parte del periodista, mientras en lo que se refiere al inmediatez la difusión de la información no fue rápida y no se provecho la facilidad que brinda el internet por medio de los sitios de redes sociales ya que la nota fue publicada en el sitio de red Facebook a la noche mientras que la misma se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación al mediodía.</p>

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 27 al 30 de junio el medio publicó 19 informaciones en donde se identificó que 16 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivas pero carecen de inmediatez, en cambio las 3 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

### Tabla N° 5 Análisis de Contenido

<b>NOTICIA PUBLICADA: 27/06/2016</b>	
	
<b>LEAD:</b>	
Hasta lo que va del año, en Tungurahua se han registrado 31 suicidios, casos donde los adolescentes son los que toman esta lamentable decisión de quitarse la vida, lo cual preocupa a las autoridades y a la ciudadanía.	
<b>INTERPRETACIÓN:</b>	
Esta nota es clara y veras porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes y la versión de la gobernadora de la provincia y varias opiniones ciudadanas concuerdan con el acontecimiento ocurrido, además la información fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes, en cambio si hablamos de objetividad, en la información no se identifica juicio de valor u opinión por parte del periodista sin embargo la inmediatez de la información no se da porque no es publicada con la brevedad que se requiere puesto que el suceso ya se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.	

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

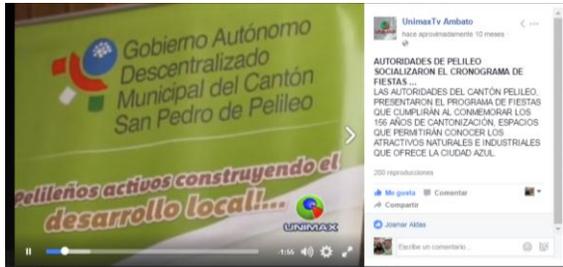
**Elaborado por:** Omar Aldás

En conclusión, en junio, se determinó que varias notas informativas les falta contrastar su información, son algo subjetivas, hay problemas en el tema de caracteres, su difusión no es inmediata y por último hay notas que parecen reportajes.

En el mes de julio el medio de comunicación publicó 94 notas informativas con temas de índole político, social, económico, seguridad, desastres naturales, delincuencia, obras, salud, cultura, turismo, operativos policiales, y suicidios, para detallar a fondo el análisis se realizó de la siguiente manera:

El 1 de julio el medio publicó 4 informaciones en dónde se identificó que son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez.

#### Tabla N° 6 Análisis de Contenido

<b>NOTICIA PUBLICADA:</b> 01/07/2016

<b>LEAD:</b> Las autoridades del cantón Pelileo, presentaron el programa de fiestas que cumplirán al conmemorar los 156 años de cantonización.
<b>INTERPRETACIÓN:</b> Esta nota es clara y verás porque en el video se constató que el relato del periodista acompañado de las imágenes, la versión del alcalde del cantón Pelileo y el responsable de organizar las actividades festivas concuerda con lo planteado en esta rueda de prensa, además la información fue oportuna y actual porque los hechos fueron recientes, en cambio la información tiene objetividad porque no se identificó juicio de valor u opinión por parte del periodista sin embargo la difusión de la información carece de inmediatez porque la noticia fue publicada en la noche y no al instante que se transmitió por la señal abierta del medio de comunicación.

**Fuente:** Facebook Unimax Tv

**Elaborado por:** Omar Aldás

En la semana del 4 al 8 de julio el medio publicó 17 informaciones en dónde se identificó que 16 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y

objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio solo una contiene las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además cabe recalcar que observó comentarios en una noticias de economía, maltrato intra-familiar y política.

En la semana del 11 al 15 de julio el medio publicó 25 informaciones en dónde se identificó que 17 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 8 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

En la semana del 18 al 22 de julio el medio publicó 24 informaciones en dónde se identificó que 23 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio solo una contiene las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez.

En la semana del 25 al 29 de julio el medio publicó 21 informaciones en dónde se identificó que 20 son claras, veraces, oportunas, de interés social, de actualidad y objetivos pero carecen de inmediatez, en cambio las 3 restantes contienen las características anteriores pero sin objetividad e inmediatez, además se encontró un comentario sobre el robo de un almacén.

En conclusión, en el mes de julio, se identificó subjetividad en algunas notas, la información carece de inmediatez y hubo comentarios que no fueron contestados por el medio de comunicación.

#### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- El contenido informativo compartido o difundido en los sitios de redes sociales que posee el canal televisivo no cumple con casi la mayoría de características que debe tener la noticia: claridad, veracidad, oportunidad, inmediatez, actualidad, de interés social y objetividad.

- Los periodistas al crear el contenido informativo en especial cuando se trata de temas sociales y culturales dejan de lado la objetividad.
- Los diferentes comentarios que los usuarios emiten en las publicaciones no son respondidas por el medio de comunicación.
- La falta de oportunidad e inmediatez en la publicación de la información en las redes sociales denota la falta de interés del medio por el manejo de redes sociales.
- Las publicaciones en las plataformas virtuales de redes sociales que posee el medio de comunicación no son constantes porque al buscar contenido informativo solo se encontró publicaciones de meses determinados.

El noticiero de Unimax televisión no tiene cuentas en redes sociales, sin embargo el contenido informativo se lo difunde por los medios sociales institucionales del canal de televisión, esto debido, a la falta de personal especializado en el área de comunicación digital.

- Emplear estrategias comunicacionales con el propósito de mejorar los contenidos informativos compartidos en redes sociales.
- Realizar talleres sobre periodismo con el objetivo de refrescar conocimientos y así suplir los errores cometidos al momento de realizar una nota.
- Actualizar las cuentas de redes sociales, con contenidos informativos frescos, cumpliendo con los estándares que exige la ley de comunicación para que las personas puedan informarse de los hechos y sucesos más relevantes de la provincia y la región.
- Diseñar un plan de comunicación para el manejo en los sitios de redes sociales del contenido informativo del medio de comunicación.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Caldera Serrano, J. y León Moreno J. (2012). Las Redes Sociales: herramienta de alfabetización mediática de la prensa digital. Documentación de las Ciencias de la Información, vol. 35, 181-191. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1443353941/fulltextPDF/8DC34CFDCD6A4002PQ/1?accountid=36765>

Calderón Vivanco, J. (2005). Periodismo de investigación: métodos, ética y estética. Quito, Ecuador: Editorial “Quipus” CIESPAL.

Costales Rivera, J. (2012). Mapa de Medios digitales del Ecuador 2012. CIESPAL  
Recuperado de <http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf>

García González, A. y Alende Castro, S. (2014). El concepto de “accountability” en Facebook. Accidente ferroviario de Santiago de Compostela. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, vol. 21(1), 317-331. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1713913229/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/15?accountid=36765>

González Molina, S. y Ramos del Cano, F. (2013). El uso periodístico de Facebook y Twitter: un análisis comparativo de la experiencia europea. Historia y Comunicación Social, vol. 18, 419-493. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1518787840/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/10?accountid=36765>

González Reyna, S. (1997). Géneros Periodísticos 1 periodismo de opinión y discurso. México: Trillas.

Herrero Curiel, E. (2012). El periodismo en el siglo de las redes sociales. Vivat Academia, 117E, 612-634. Recuperado

<http://search.proquest.com/docview/1313442511/fulltextPDF/6104E26CFFD84005PQ/1?accountid=36765>

Herrero, Curiel E. (2013). Fuentes periodísticas y redes sociales en las noticias de Marta del Castillo. Estudios sobre el mensaje periodístico, vol. 19(1), 453-470. Recuperado de

<http://search.proquest.com/docview/1440076350/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/2?accountid=36765>

Rodríguez Ruibal, A. y García López, J. (2013). Uso y funciones de Twitter en periodistas españoles. Estudios sobre el mensaje periodístico, vol. 19, 963-969. Recuperado de

<http://search.proquest.com/docview/1511499436/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/8?accountid=36765>

Sánchez González, H. y Méndez Muros, S. (2015). Las guías de uso de medios sociales: regularización periodística y calidad informativa. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, vol. 21, 143-154. Recuperado de

<http://search.proquest.com/docview/1778764621/fulltextPDF/ED2F4D8670AA4AE4PQ/2?accountid=36765>

Serrano Helga, I. (2007). Técnicas de enseñanza del periodismo. México: Trillas.

Túnez López, M. (2013). Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales. Estudios sobre el mensaje periodístico, vol. 18(1), 221-239. Recuperado de

<http://search.proquest.com/docview/1033194375/fulltextPDF/4929BCAA9A884EA0PQ/9?accountid=36765>