



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**Título:**

**TRATAMIENTO INFORMATIVO EN EL NOTICIERO  
ESTELAR TVS CANAL 13 Y ECUAVISIÓN A TRAVÉS DE  
FACEBOOK PERIODO JULIO-DICIEMBRE 2022.**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en  
Ciencias de la Comunicación**

**Autor:**

**Alvancando Adriano Carolina Alejandra**

**Tutor:**

**Msc. Hernán Patricio Pillajo Borja**

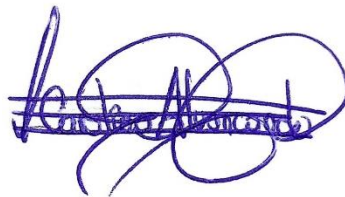
**Riobamba, Ecuador. 2024**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Carolina Alejandra Alvancando Adriano, con cédula de ciudadanía 0605311414, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: Tratamiento informativo en el noticiero estelar TVS canal 13 y Ecuavisión a través de Facebook periodo julio-diciembre 2022., certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 30 de junio de 2023.



Carolina Alejandra Alvancando Adriano

C.I: 060531141-4

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

Quien suscribe, Mgs. Hernán Patricio Pillajo Borja catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación **“TRATAMIENTO INFORMATIVO EN EL NOTICIERO ESTELAR TVS CANAL 13 Y ECUAVISIÓN A TRAVÉS DE FACEBOOK PERIODO JULIO-DICIEMBRE 2022”**, bajo la autoría de **Alvancando Adriano Carolina Alejandra**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 02 días del mes de mayo de 2024.



**Hernán Patricio Pillajo Borja**

**C.I:1710308949**

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación tratamiento informativo en el noticiero estelar TVS canal 13 y Ecuavisión a través de Facebook periodo julio-diciembre 2022, presentado por Alvancando Adriano Carolina Alejandra, con cédula de identidad número 060531141-4, bajo la tutoría de Msc. Hernán Patricio Pillajo Borja; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 15 de mayo del 2024.

Dr. Galo Vásquez.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Firma



---

Msc. Antoni Vaca.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Firma

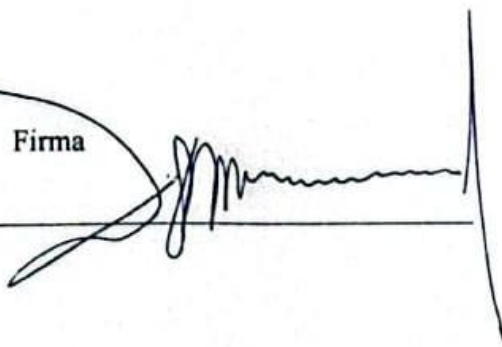


---

Mgs. Paúl Parra Mayorga.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Firma



---

# CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección  
Académica  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.15  
VERSIÓN 01: 06-09-2021

## CERTIFICACIÓN

Que estudiante **CAROLINA ALEJANDRA ALVANCANDO ADRIANO** con CC **0605311414**: estudiante de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"TRATAMIENTO INFORMATIVO EN EL NOTICIERO ESTELAR TVS CANAL 13 Y ECUAVISIÓN A TRAVÉS DE FACEBOOK PERIODO JULIO-DICIEMBRE 2022"**, cumple con el 10 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN** porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 8 de abril del 2024



Mgs. Hernán Pillajo  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Sé que no existen palabras para describir todo lo que mis padres han hecho por mí. Por eso mi proyecto de investigación se la dedico a ellos, mi padre Elías Efraín Alvancando Álvaro y mi madre Rosa Elena Adriano Tigsi, por ser el pilar fundamental en mi vida por tomarme la mano y ayudarme a seguir, por todo el esfuerzo que ha hecho para apoyarme con mis estudios y por todos los consejos brindados.

También va dedicado a estas personitas que amo mucho y que siempre han estado a mi lado mis hermanas Thalía, Evelyn, Carmita, Anita y Johana, porque me han ayudado en lo que he necesitado, con sus palabras, consejos, porque son la razón por la cual he decidido estudiar y ser un ejemplo para ellas. A mi tío Ángel Álvaro, por las constantes llamadas y muestras de cariño.

A mis Sobrinas, Sofía y Stefani González Adriano, porque con cada ocurrencia de ellas he sabido apreciar más la vida, aunque son muy pequeñas saben que decir en el momento preciso, para poder seguir adelante, por eso y mucho más no puedo fallarles. A mi cuñado Santiago, porque con su apoyo y cuidado hacia nosotras lo he considerado como mi hermano.

Pero, sobre todo se la dedico con mucho amor a mi Abuelita mi Ángel del cielo “Hilda del Carmen Álvaro Gavilanes”, que, aunque ya no está conmigo sé que cuento con su apoyo infinito. Mamita, te me adelantaste y aunque muchas veces le reproché a la vida el a haberte arrebatado de mi lado, hoy estoy cumpliendo con la promesa que te hice aquel 14 de diciembre de 2021. Te amo y te ameré infinitamente.

*Carolina Alejandra Alvancando Adriano*

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento infinito a Dios, a la “Virgencita María Inmaculada”, mi “Santo Patrono San Roque” y “Señor de la Justicia” por brindarme salud y sabiduría para alcanzar con mi objetivo e ir cumpliendo paso a paso mis propósitos.

A la Universidad Nacional de Chimborazo, en especial a la prestigiosa carrera de Comunicación, por abrirme las puertas para poder formarme e ir adquiriendo nuevo conocimiento para ser siempre eficaz en mi formación.

A mi Tutor Msc. Hernán Pillajo, por guiarme en mi trabajo de investigación, por leer y releer e ir mejorando las ideas de mi proyecto. A todos los docentes de la carrera de comunicación quienes depositaron en mi confianza y sabiduría, por compartir de sus conocimientos para irnos formando como excelentes personas y porque no profesionales.

A mi familia, a mis amigos y amigas quienes en este trayecto me han sabido apoyar con palabras de aliento, soportar mis constantes cambios de humor y siempre estar para mí sin importar el momento.

*Carolina Alejandra Alvancando Adriano*

## ÍNDICE GENERAL

|  |    |
|--|----|
| DECLARATORIA DE AUTORÍA .....                      |    |
| DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR .....        |    |
| CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL .....     |    |
| CERTIFICADO ANTIPLAGIO .....                       |    |
| DEDICATORIA .....                                  |    |
| AGRADECIMIENTO .....                               |    |
| ÍNDICE GENERAL .....                               |    |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                             |    |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                            |    |
| ÍNDICE DE ANEXOS .....                             |    |
| RESUMEN.....                                       |    |
| ABSTRACT.....                                      |    |
| CAPÍTULO I.....                                    | 16 |
| INTRODUCCIÓN .....                                 | 16 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....              | 18 |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....                | 18 |
| 1.3. OBJETIVOS .....                               | 18 |
| 1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....                       | 19 |
| 1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO .....                   | 19 |
| CAPÍTULO II .....                                  | 20 |
| MARCO TEÓRICO.....                                 | 20 |
| 2.1. COMUNICACIÓN.....                             | 20 |
| 2.2. TEORÍA FUNCIONALISTA.....                     | 20 |
| 2.3. MODELO MATEMÁTICO DE SHANNON Y LASSWELL ..... | 21 |
| 2.4. PERIODISMO .....                              | 21 |
| 2.5. PERIODISMO MULTIMEDIA .....                   | 22 |
| 2.6. GÉNEROS PERIODÍSTICOS .....                   | 24 |
| 2.6.1. GÉNERO INFORMATIVO.....                     | 24 |
| 2.6.1.1. LA NOTICIA .....                          | 25 |
| 2.6.1.2. EL REPORTAJE OBJETIVO.....                | 25 |
| 2.6.1.3. LA ENTREVISTA OBJETIVA.....               | 25 |
| 2.6.1.4. LA ENCUESTA.....                          | 25 |
| 2.6.1.5. EL GÉNERO DE OPINIÓN .....                | 25 |
| 2.6.2. EL GÉNERO INTERPRETATIVO .....              | 26 |
| 2.6.2.1. La crónica .....                          | 26 |
| 2.6.2.2. El reportaje interpretativo.....          | 26 |
| 2.6.2.3. La entrevista .....                       | 26 |
| 2.7. NOTICIA.....                                  | 26 |
| 2.8. NOTICIERO ESTELAR.....                        | 27 |
| 2.9. TRATAMIENTO INFORMATIVO .....                 | 27 |



|                              |   |    |
|------------------------------|---|----|
| 2.10.                        | FUENTES PERIODÍSTICAS .....                         | 27 |
| 2.10.1.                      | FUENTE OFICIAL .....                                | 28 |
| 2.10.2.                      | FUENTE NO OFICIAL .....                             | 28 |
| 2.10.3.                      | UNIFUENTISMO .....                                  | 28 |
| 2.10.4.                      | BIFUENTISMO .....                                   | 28 |
| 2.10.5.                      | MULTIFUENTISMO .....                                | 28 |
| 2.11.                        | MEDIO TELEVISIVO .....                              | 29 |
| 2.12.                        | TVS CANAL 13 .....                                  | 29 |
| 2.13.                        | ECUAVISIÓN .....                                    | 30 |
| 2.14.                        | MEDIO DIGITAL .....                                 | 30 |
| 2.15.                        | REDES SOCIALES .....                                | 31 |
| 2.16.                        | FACEBOOK .....                                      | 31 |
| 2.17.                        | VARIABLES .....                                     | 32 |
| 2.17.1.                      | VARIABLE INDEPENDIENTE .....                        | 32 |
| 2.17.2.                      | VARIABLE DEPENDIENTE .....                          | 32 |
| 2.18.                        | OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....               | 32 |
| CAPÍTULO III .....           |   | 34 |
| METODOLOGÍA .....            |   | 34 |
| 3.1.                         | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....                    | 34 |
| 3.2.                         | TIPO DE INVESTIGACIÓN .....                         | 34 |
| 3.2.1.                       | INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL .....                 | 34 |
| 3.2.1.1.                     | TRANSVERSAL .....                                   | 34 |
| 3.2.1.2.                     | LONGITUDINAL .....                                  | 34 |
| 3.2.2.                       | INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA .....                     | 35 |
| 3.2.3.                       | INVESTIGACIÓN ANALÍTICA .....                       | 35 |
| 3.3.                         | TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....              | 35 |
| 3.3.1.                       | ENTREVISTA .....                                    | 35 |
| 3.3.2.                       | GUÍA DE ENTREVISTA .....                            | 36 |
| 3.3.3.                       | ANÁLISIS DE CONTENIDO .....                         | 36 |
| 3.3.4.                       | MATRIZ DE ANÁLISIS .....                            | 37 |
| 3.3.5.                       | TÉCNICA DEL SOMBRERO .....                          | 37 |
| 3.4.                         | POBLACIÓN DE ESTUDIO Y TAMAÑO DE MUESTRA .....      | 37 |
| 3.4.1.                       | POBLACIÓN .....                                     | 37 |
| 3.4.1.                       | MUESTRA .....                                       | 38 |
| 3.5.                         | MÉTODOS DE ANÁLISIS, Y PROCESAMIENTO DE DATOS ..... | 38 |
| 3.5.1.                       | MÉTODO INDUCTIVO .....                              | 38 |
| 3.5.2.                       | MÉTODO DEDUCTIVO .....                              | 38 |
| 3.5.3.                       | METODOLOGÍA CUANTITATIVA .....                      | 39 |
| 3.5.4.                       | METODOLOGÍA CUALITATIVA .....                       | 39 |
| CAPÍTULO IV .....            |   | 40 |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN ..... |   | 40 |
| 4.1.                         | RESULTADOS .....                                    | 40 |
| 4.1.2                        | Análisis de resultados de TVS canal 13 .....        | 40 |

|   |    |
|---|----|
| 4.1.3. Análisis de resultados de la red social Facebook de TVS canal 13 ..... | 46 |
| 4.1.4. Análisis de resultados del canal Ecuavisión.....                       | 48 |
| 4.1.5 Análisis de resultados de la red social Facebook de Ecuavisión.....     | 53 |
| 4.2 Análisis de Entrevistas a Expertos .....                                  | 55 |
| 4.3 DISCUSIÓN .....   | 66 |
| CAPÍTULO V.....   | 69 |
| 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....                                       | 69 |
| 5.1 CONCLUSIONES.....   | 69 |
| 5.2 RECOMENDACIONES .....   | 69 |
| CAPÍTULO VI.....  | 71 |
| 6. MANUAL DE ESTILO PARA EL NOTICIERO DE TELEVISIÓN .....                     | 71 |
| BIBLIOGRAFÍA .....  | 87 |
| ANEXOS .....  | 91 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1.</b> Operacionalización de variables .....  | 33 |
| <b>Tabla 2.</b> Análisis general temas tratamiento informativo TVS canal 13 .....                    | 40 |
| <b>Tabla 3.</b> Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo TVS canal 13 .....         | 42 |
| <b>Tabla 4.</b> Análisis general de géneros periodísticos tratamiento informativo TVS canal 13 ..... | 44 |
| <b>Tabla 5.</b> Análisis general de contenido en Facebook TVS canal 13 .....                         | 46 |
| <b>Tabla 6.</b> Análisis general temas de tratamiento informativo de Ecuavisión .....                | 48 |
| <b>Tabla 7.</b> Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo Ecuavisión .....           | 50 |
| <b>Tabla 8.</b> Análisis general de “Géneros periodísticos tratamiento informativo Ecuavisión” ..... | 51 |
| <b>Tabla 9.</b> Análisis general de contenido en Facebook para Ecuavisión .....                      | 53 |
| <b>Tabla 10.</b> Entrevista al presentador de Noticias de Ecuavisión canal 29 .....                  | 55 |
| <b>Tabla 11.</b> Entrevista al presentador de noticias de TVS canal 13 .....                         | 56 |
| <b>Tabla 12.</b> Entrevista al gerente general de noticias de TVS canal 13 .....                     | 59 |
| <b>Tabla 13.</b> Entrevista al Docente del Instituto ISTR A .....                                    | 60 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 1.</b> Análisis general temas tratamiento informativo TVS canal 13 .....                    | 41 |
| <b>Gráfico 2.</b> Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo TVS canal 13 ....          | 43 |
| <b>Gráfico 3.</b> Análisis general de géneros periodísticos tratamiento informativo TVS canal 13 ..... | 45 |
| <b>Gráfico 4.</b> Análisis general de contenido en Facebook TVS canal 13 .....                         | 47 |
| <b>Gráfico 5.</b> Análisis general temas de tratamiento informativo de Ecuavisión.....                 | 49 |
| <b>Gráfico 6.</b> Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo Ecuavisión.....            | 50 |
| <b>Gráfico 7.</b> Análisis general de “Géneros periodísticos tratamiento informativo Ecuavisión” ..... | 52 |
| <b>Gráfico 8.</b> Análisis general de contenido en Facebook para Ecuavisión .....                      | 54 |

}

## ÍNDICE DE ANEXOS

|  |    |
|--|----|
| <b>Anexo 1.</b> Preguntas para entrevista Lic.: Daniel Carrillo (Docente Instituto ISTR A) ...                             | 91 |
| <b>Anexo 2.</b> Entrevista:Lic: Daniel Carrillo (Docente Instituto ISTR A).....  | 92 |
| <b>Anexo 3.</b> Preguntas para entrevista Lic.: Alexander Colcha (Presentador Noticiero estelar Ecuavisión Canal 29) ..... | 92 |
| <b>Anexo 4.</b> Entrevista: Lic.: Alexander Colcha (Presentador Noticiero estelar Ecuavisión Canal 29).....                | 93 |
| <b>Anexo 5.</b> Preguntas para entrevista a Marcelo Pino (Director de TVS canal 13) .....                                  | 93 |
| <b>Anexo 6.</b> Entrevista a Marcelo Pino (Director de TVS canal 13) .....   | 94 |
| <b>Anexo 7.</b> Preguntas para entrevista Lic. Juan Salazar López (Presentador Noticiero estelar TVS canal 13) .....       | 94 |
| <b>Anexo 8.</b> Entrevista al Lic. Juan Salazar López (Presentador Noticiero estelar TVS canal 13).....                    | 95 |

## RESUMEN

La presente investigación permite conocer el tratamiento informativo del noticiero estelar de TVS Canal 13 y Ecuavisión a través de Facebook periodo julio-diciembre 2022. La relación entre el periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales, explica la forma en que la producción del noticiero de televisión se nutre gracias al uso de plataformas virtuales como Facebook.

Es un estudio no experimental, de método deductivo, inductivo, descriptiva, y analítica, que abordó un muestreo aleatorio para la selección de un video por semana de cada uno de los medios, la muestra del contenido de TVS es de 24 y Ecuavisión 26 videos en Facebook. La metodología empleada en la investigación es mixta, las técnicas aplicadas son la revisión bibliográfica, recolección de datos, guía de entrevista, análisis de contenido, Técnica de Sombrero, matriz de análisis, temáticas, fuentes, tipos de fuentes, géneros periodísticos.

En Facebook se realizó el análisis del número de reacciones, comentarios, compartidas, visualizaciones y reproducciones. Para las entrevistas se implantó una guía de preguntas en las cuales se registró los aportes del gerente general de TVS, presentadores de los dos medios, y un experto de producción en Comunicación Audiovisual y de Radio.

La temática con más realce es la Social, y en los géneros periodísticos el reportaje. En Facebook se evidenció que reproducciones, y visualizaciones tiene más nivel de alcance. En las fuentes periodísticas se identificó que el Unifuentismo resalta más en TVS y en Ecuavisión predomina la fuente oficial. Finalmente, se comprobó que cada uno de los géneros aplicados son con la finalidad de mantener la atención de la audiencia para que vayan, interactuando con el medio.

**Palabras clave:** Comunicación, Tratamiento Informativo, TVS Canal 13, Ecuavisión, Plataformas digitales.

## ABSTRACT

The present research allows us to know the informative treatment of the TVS Canal 13 and Ecuavisión stellar newscast through the Facebook period in December 2022. The relationship between television journalism, journalistic sources, and communication through social networks explains how virtual platforms such as Facebook nourish the production of television news. It is a non-experimental study of deductive, inductive, descriptive, and analytical methods, which addressed a random scan for selecting one video per week of each media; the sample of TVS content is 24 and Ecuavisión 26 videos on Facebook. The methodology used in the research is mixed; the techniques applied are literature review, data collection, interview guide, content analysis, Hat Technique, analysis matrix, themes, sources, types of sources, and journalistic genres. The number of reactions, comments, shares, views, and reproductions was analyzed on Facebook. For the interviews, a guide of questions was implemented. The contributions of the general manager of TVS, presenters of the two media, and an Audiovisual Communication and Radio production expert were recorded. The most highlighted topic is Social, and in the journalistic genres, reporting. On Facebook, it was evidenced that reproductions and visualizations have a higher level of reach. The journalistic sources identified that Unifuentism stands out more in TVS, and in Ecuavisión, the official source predominates. Finally, it was found that each of the genres applied is intended to keep the audience's attention so that they interact with the media.

**Keywords:** Communication, Informative Treatment, TVS Canal 13, Ecuavisión, Digital Platforms.



MARIA FERNANDA  
PONCE MARCILLO

Reviewed by:  
Mgs. Maria Fernanda Ponce  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C. 0603818188

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

La comunicación se encuentra en constante cambio, los profesionales enfrentan prácticas productivas para adaptarse a la tendencia multimedia, herramientas online y la interactividad innata de la Internet.

Este trabajo de investigación se enfoca en el tratamiento informativo de los noticieros estelares TVS canal 13 y Ecuavisión a través de Facebook periodo julio-diciembre 2022. En las redacciones la prensa se enriquece de modernidad y tecnologías en la información. Los canales periodísticos buscan estar en la web e identificarse con el público juvenil.

Así, el lenguaje audiovisual o multimedia permite el uso de fotografía, audios, videos e incluso gráficos para llegar a crear un contenido más atractivo. Además, se suma la participación de usuarios, fuentes y géneros periodísticos en las redes sociales que aborda de forma rápida en la rutina productiva de noticias, cuestionando la labor de los medios tradicionales.

Uno de los desafíos de los medios convencionales es adaptarse a las plataformas digitales, porque se basa en una combinación de rigor periodístico, ya que, en ellas podemos encontrar el contenido compartido en la Fan page de cada canal, a diferencia de la transmisión en televisión que solo se ve en horas específicas para mantener a la audiencia informada y comprometida.

El trabajo del periodista es buscar, seleccionar, valorar, construir y difundir noticias apoyándose en la importancia de sus fuentes ya sean oficiales o no. El proceso de elección y valoración de fuentes periodísticas son las responsables de la credibilidad y el peso informativo en un noticiero de televisión.

Las ediciones estelares de los noticieros de Riobamba continúan cobrando importancia en el proceso de información. El contenido emitido abarca una amplia variedad de temas para satisfacer los intereses de su audiencia. La difusión del mensaje debe ser claro, sencillo y comprensible para el público.

La escritura periodística en Facebook se fundamenta en la hipertextualidad e interactividad con un texto corto pero llamativo que permita remitir al lector a otro texto, fotografía o vídeo. El enunciado invita a los usuarios a interactuar y dar a conocer sus opiniones. La inmediatez es clave en las plataformas de redes digitales porque proporciona información en tiempo real.

El presente trabajo de investigación se divide en los siguientes capítulos:



En el **capítulo I**, se desarrolla el Planteamiento del Problema, permite a los lectores la comprensión del objeto de estudio, Objetivos (un general y 3 específicos) y Marco referencial acerca del tratamiento informativo.

El **capítulo II**, contiene el Marco Teórico (definiciones y teorías) son el fundamento que se emplea en el presente trabajo de acuerdo con la temática.

El **capítulo III**, está dedicado al marco metodológico. La investigación será cualitativa analítica, no experimental de campo, ayudándose de técnicas de entrevistas a los presentadores del noticiero estelar y una persona experta en comunicación y producción audiovisual.

El **capítulo IV**, presenta los resultados obtenidos con la aplicación de las técnicas e instrumentos utilizados; describe y explica el fenómeno estudiado, se interpreta los datos obtenidos de la matriz de análisis de contenido en la plataforma de Facebook, seguido del análisis de las entrevistas realizadas a los expertos en el tema. Se concluye con la discusión de resultados.

El **capítulo V**, se llega a las conclusiones que se obtienen de todo el proceso de investigación, conjunto a ello las recomendaciones necesarias para el problema de estudio, así como responder a los objetivos específicos propuestos en el capítulo uno.

El **capítulo VI**, corresponde a la propuesta comunicacional, la cual consiste, en la elaboración de un manual de estilo que guía a más personas a generar noticia de una manera correcta utilizando fuentes y géneros periodísticos de acorde a las temáticas.

## **1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los medios tradicionales de información utilizan las redes sociales como recurso para la transmisión de contenido. Para un cierto sector de la prensa con la evolución del internet y las redes sociales el acceder a información y noticias al momento se vuelve más sencillo. Para otros en cambio, el Internet ha generado problemas en los noticieros tradicionales al momento que transmiten información y captan la audiencia a través del espectro radioeléctrico convencional.

Las redes sociales y el entorno multimedia exigen a los medios interactuar con el público ya que, estos son los consumidores y los principales productores de contenido. El medio social proporciona actualizaciones en tiempo real para mantener a la audiencia al tanto de los últimos acontecimientos. La investigación busca establecer el tratamiento informativo de los canales Televisivos de Riobamba a través de Facebook.

En el estudio realizado en cada medio se observó 347 videos en Ecuavisión, mientras que en TVS canal 13 se identificó 528 videos en el periodo de julio-diciembre. Dentro de la investigación se procedió a un nuevo conteo, específicamente del noticiero estelar, en la fan page de Ecuavisión se contó 114 videos que fueron transmitidos en directo. En TVS canal 13 se encontró 79 videos en transmisión directa.

En el tratamiento informativo se observa diferentes datos con respecto a temáticas, tipos de fuentes y géneros periodísticos. TVS y Ecuavisión utilizan los tipos de clasificación y contenido, siguen una línea de recopilación de información para procesar, analizar y construir mensajes que generen interés a la audiencia. Estos medios juegan un papel importante para decidir si el mensaje emitido se ajusta o no a las limitaciones del proceso comunicativo.

Las transmisiones de información a través de redes sociales facilitan el acceso en la emisión de noticias ya que logran difundir el mensaje de manera más rápida. En Facebook se toma en cuenta el número de reacciones, reproducciones, comentarios y compartidas en cada medio. Esta red digital permite la interacción en tiempo real con la audiencia lo que crea una experiencia más participativa.

## **1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál fue el tratamiento informativo en el noticiero estelar de TVS canal 13 y Ecuavisión en Facebook periodo julio - diciembre 2022?

## **1.3.OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Identificar las temáticas del tratamiento informativo en el noticiero estelar TVS canal 13 y Ecuavisión a través de Facebook periodo julio-diciembre 2022.

### **1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO**

- 1.- Determinar las fuentes del tratamiento informativo dentro del periodismo.
- 2.- Identificar los formatos utilizados en el noticiero estelar.
- 3.- Elaborar un manual de estilo para el noticiero de la Televisión.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. COMUNICACIÓN

La comunicación es y será siempre un proceso transcendental para la sociedad, por la sencilla razón de que somos seres sociales por naturaleza y sentimos la necesidad de comunicarnos. Dicho proceso se lleva a cabo mediante el intercambio de información entre el emisor y receptor, utilizando un canal y código común (Cárdenas, 2015). La comunicación o la información son los recursos utilizados para la virtualidad tanto en las relaciones personales como en las actividades de la vida cotidiana.

Hay otros elementos de comunicación que están involucrados en este proceso. Comunicación como la principal lección de vida, cultura y sociedad. Establece su propia perspectiva disciplinaria para colocarla legalmente entre las ciencias que están interesadas en el mismo objeto (Serrano, 2019).

Proporciona categorías, modelos de análisis, postulados teóricos, métodos de investigación que le permiten estudiar la producción comunicativa, los efectos mutuos entre los cambios sociales y las transformaciones de la comunicación. Este es un intercambio de ideas, conocimientos, mensajes e información. La cultura y la comunicación están estrechamente interconectadas. La cultura requiere varias formas de comunicación para la prosperidad, la creación, la recreación e intercambio (Gómez, 2016).

Al mismo tiempo, la cultura forma la mayoría de los contenidos y formas de comunicación. Juntos, la cultura y la comunicación tienen la capacidad de producir y difundir una gran cantidad de información, conocimiento, ideas y contenido, contribuyendo a la expansión de las capacidades de las personas para llevar una vida que valoran, creando así un entorno que contribuye al desarrollo de personas (Cruz et al, 2018).

#### 2.2. TEORÍA FUNCIONALISTA

(Herrera et al., 2021) en su propio estudio señalaron que Lasswell (1948) afirma que se ha creado un esquema funcional sobre sus pensamientos sobre cómo se genera la comunicación. Este esquema es el siguiente, ¿Quién dice? ¿Qué dices? ¿Por qué canal se dice? ¿A quién se dice? y ¿Qué efecto produce lo que se dice? los elementos de cada esquema estaban en el campo de la investigación sobre los efectos y el contenido tuvo una superioridad especial que otros factores.

La teoría del funcionalismo fue reemplazada por la importante corriente de la Escuela de Frankfurt, encontró un refugio en la teoría de los efectos limitados y la investigación de propaganda (Cadenas, 2016). Era un tipo de componentes y características ideal, si bien es

cierto, no siempre es claro o integrado, ya que es un espacio para la confusión que conduce al lado de la agrupación que no tiene una relación directa entre sí.

El funcionalismo generalmente funciona como una mención para hablar de otras cosas y problemas, puesto que es creado a partir de propuestas existentes para construir un programa de investigación en un análisis en donde la oposición es reproducida, cómoda y clara, pero muy inexacta, por lo que construir un programa de investigación, se encarga de centrar los intereses a las personas que están relacionadas directamente con la producción (Cadenas, 2016).

### **2.3. MODELO MATEMÁTICO DE SHANNON Y LASSWELL**

Harold Lasswell escribió una frase famosa en 1948 que creó el primer modelo de comunicación de masas. En la que mencionó que la forma adecuada de explicar la comunicación es responder preguntas: ¿quién dice?, ¿qué?, ¿en qué canal?, ¿a quién? y ¿con qué efectos? Entonces esta síntesis es particularmente valiosa porque agrupa cinco puntos básicos en el proceso de comunicación. (Herrera et al., 2021).

El modelo Lasswell predice y adapta los modelos de Shannon y Weaver a la comunicación social. Tiene elementos importantes (emisor, mensajes, canales, receptores). Agregué problemas importantes desde el punto de vista de la propaganda la comunicación en donde, el modelo básico presenta la comunicación como un proceso lineal simple. Debido a ellos, su simplicidad trae muchas derivadas y su linealidad se centra en el proceso (Valencia, 2018).

Este modelo es fácil de entender por las características de simplicidad y lineal. Ya que de esa manera permite comprender el propósito de hablar de comunicación en todos los niveles, ayuda a mejorar la precisión y la eficiencia del proceso del modelo porque se considera como una fuente de decisión.

El descubrimiento sociológico de Lasswell ha cambiado la expresión de la realidad en la producción de televisión. Como resultado, trató de capturar el reflejo de la sociedad afectada por el propietario y el creador de cine (Herrera et al., 2021). La idea de pasar de cierto lugar a otra información es un médico que circula la distribución y los sistemas simbólicos para obtener el significado de lo que se llama realidad y una relación inseparable sin un término mejor. (Valencia, 2018).

### **2.4. PERIODISMO**

El periódico fue el primer medio en ver la luz. Desde su creación, gran parte de su historia y desarrollo ha estado ligado a las innovaciones tecnológicas: desde la imprenta hasta la introducción de los ordenadores. Los grandes cambios ocurridos en nuestra sociedad y especialmente en la forma en que nos comunicamos y mantenemos relaciones desde finales del siglo XX, han dejado profundas huellas en el lenguaje (Espinosa, 2017).

Cabe indicar que el periodismo como tal, ha evolucionado de manera sorprendente, ya que si bien es cierto antes existía la prensa escrita por lo que se espera que el medio imprima la noticia para estar al tanto de lo que sucedía o lo que ya pasó, porque no se publicaba de manera inmediata, pero se contaba con la credibilidad.

Es importante recordar que medios como los periódicos se utilizan todos los días y son el medio más común para llevar información a casa. Por eso es importante contar con ellos, elaborados por expertos en este campo. Ya que los comunicadores son los encargados de buscar a fondo la información con datos reales (Samper, 2020).

En todo el mundo existen diferentes medios capaces de captar, filtrar y difundir diferentes mensajes, por lo que se necesita personal profesional que responda positivamente a la ética profesional. Es decir, personal que sepa investigar de manera discreta, pero que obtenga información real.

El periodismo muestra e ilumina el camino a través del reportaje, que en todo el mundo ha sido ampliamente estudiado como género periodístico; y que mediante este se investiga el hecho, de igual forma ayuda para tener contacto con las fuentes directas, así se tiene mayor peso en la investigación (Vargas, 2018).

El periodismo enfrenta la difícil tarea de atraer a su audiencia con información confiable. Para ello deberá utilizar su profesionalidad narrativa, su acceso a fuentes inasequibles, su capacidad de interpretación, su dominio de las formas de construcción simbólica y, por supuesto, su orden ético para producir conocimiento (Alsina & Cerqueira, 2018).

La supervivencia del periodismo de calidad depende de la integración de los principios tecnológicos, económicos y esenciales de la profesión. (Lazo et al., 2020). El asentamiento del periodismo digital como una actividad que desplazó al periodismo convencional. Forzaron los entornos profesionales y académicos a reflexionar en la capacitación en las habilidades mediáticas de los periodistas en movimiento (Cruz, 2019).

El periodismo escrito no puede ofrecer la inmediatez de la radio, pero en vista de una historia más contextual, conduce a las noticias anteriores. Facilita una relación entre los datos que el periodista dijo en las noticias después de una primera lectura (Moreno & San Miguel, 2020). De hecho, una dimensión práctica del trabajo diario en un medio escrito y las consideraciones teóricas explican su forma de enfoque y muestran la realidad.

## **2.5. PERIODISMO MULTIMEDIA**

El periodismo multimedia surgió de la línea del trabajo escrita, e incluso el trabajo radiofónico y televisivo, además proporcionó una manera para que los usuarios desarrollaran caminos a seguir para consumir reportajes como mejor les pareciera y en el orden que decidieran (Renó & Flores, 2018).

Gracias al periodismo multimedia, se conoció de una manera creativa la noticia, se entiende que se utilizaron fotos, vídeos, enlaces y texto pueden convivir en un mismo espacio y al mismo tiempo hacer partícipes a los lectores en la redacción del trabajo periodístico porque son ellos quienes deciden a qué elementos prestarán atención.

(Núñez, 2020) cita a Ernesto Marnchuk, periodista y docente de la escuela de periodismo del Círculo de la Prensa, dice que el periodismo multimedia es una apuesta de futuro que responde a la necesidad de lectores, oyentes, espectadores y usuarios de obtener información de diferentes medios y de diferentes maneras. La demanda de contenidos audiovisual está creciendo en Internet. El número de usuarios de Internet aumenta cada día, al igual que el consumo de vídeos y audios online.

Conforme a ello, el periodismo multimedia llegó para quedarse. No se trata de una moda pasajera, sino más bien de una nueva forma de trabajar donde los géneros han perdido sus fronteras debido a las nuevas tecnologías, Internet y la convergencia de medios para crear un único centro de distribución (Núñez, 2020).

Como hemos dicho antes es una perspectiva que sigue vigente a medida que sigue aumentando el consumo de videos y audios a través de medios digitales; cada vez es más común vivir las noticias a través de formatos que registran eventos en tiempo real o de manera instantánea, como en las plataformas digitales ya sea Streaming, Facebook Live, o mediante cualquier otra aplicación o red social.

Actividad sistemática que consiste en recopilar información con un objetivo claro para su publicación a través de medios de comunicación masivos y se define en el campo de las ciencias de la comunicación. Esto quiere decir que es una profesión o profesión cuyo objetivo claro es buscar noticias o información interesante para que las personas estén informadas sobre lo que sucede a su alrededor (Núñez, 2020).

Cuando hablamos de periodismo multimedia, hablamos de cómo se presentan los hechos periodísticos. Si bien los principios básicos del periodismo todavía están presentes, como verificar fuentes o reportar información de importancia pública, la forma en que se presentan los hechos está cambiando.

Un periodista multimedia es un profesional capaz de crear contenidos de calidad en tiempo real y con publicaciones en diversos medios, llegando a diferentes segmentos de audiencia. Los métodos de comunicación han evolucionado a lo largo de los años, y los consumidores interactúan cada vez más con las noticias y las plataformas disponibles, por lo que los periodistas digitales o multimedia tienen que adaptarse a las nuevas preferencias del público.

Asimismo, la autonomía es fundamental por la capacidad de gestionar el trabajo de forma independiente, crítica y sin dejarse influenciar por la opinión pública. Por tanto, la versatilidad del multimedia hace que tenga la capacidad de trabajar con diferentes

herramientas digitales y adaptar el contenido a cada una de ellas. Así, el periodismo multimedia es una nueva forma de trabajar, no es algo temporal, es una sinergia de Internet, la tecnología y los medios tradicionales (Europea, 2023).

El desarrollo del periodismo y los medios se están convirtiendo en herramientas informáticas para los periodistas del siglo XXI. Para esto, es necesario analizar, debatir y acordar el tipo de capacitación básico tecnológico que se requiere para llevar a cabo periodismo de calidad (Herrera et al., 2021).

Para hablar sobre un esquema de comunicación del periodismo transmedia, los actores que forman parte del proceso (personas, medios de comunicación, tecnología, contexto, entorno) se tienen en cuenta nuevas historias que no solo los emisores iniciales, sino también las redes de receptores de influencia y amigos (Paredes & Velasco, 2010).

Entonces como primer emisor en desarrollar un producto comunicativo que muestra sus habilidades lingüísticas, semióticas, argumentativas, sociales y tecnológicas. Este mensaje se codifica de acuerdo con el lenguaje de cada medio, que sirve como un canal para transferir la propuesta visual, sólida, sólida o escrita al usuario que puede ser un individuo aislado o un miembro de una red de seguidores.

El receptor del mensaje, que reacciona a las necesidades comunicativas, el reconocimiento y la amistad, se convierte en un segundo emisor en el momento en que se reanudó el producto comunicativo: asimilación, vuelve contextualmente con sus habilidades lingüísticas, semióticas, argumentativas, sociales y tecnológicas (Barrios, 2016).

## **2.6. GÉNEROS PERIODÍSTICOS**

Dentro del periodismo existen tres géneros del periodismo, los cuales se clasifican en informativo, de opinión e interpretativo. En cada uno de ellos se da distintos subgéneros y así se dan a conocer en las noticias (Gutiérrez, 2011).

### **2.6.1. GÉNERO INFORMATIVO**

La noticia de una manera objetiva, el presentador o reportero dará a conocer el hecho sin ningún tipo de rodeo. Cabe indicar, que este debe estar bien argumentado, es decir, con documentos, y no se aceptan opiniones. Teniendo en consideración lo dicho por Grijelmo (2022) en su libro “El estilo del periodista”, comenta que la transformación del periodismo es provocada por los avances digitales en la búsqueda, necesidad de información y rapidez en la divulgación de noticias (Grijelmo, 2022).



### **2.6.1.1. LA NOTICIA.**

Hace referencia a un evento único de interés público. Ante todo, el periodista debe ser riguroso y señalar lo más importante (Herrera, 2020). De manera que ayude a compartir información real ante la ciudadanía y se mantenga al tanto de lo que sucede en la sociedad.

### **2.6.1.2. EL REPORTAJE OBJETIVO**

Muestra una información muy detallada de todos los documentos que el reportaje es el que investiga, describe, informa y comenta los hechos (Gutiérrez, 2011). Según lo que explica Gutiérrez y haciendo énfasis en la investigación, se contó con varios reportajes con pedidos de la ciudadanía en beneficio de la ciudad.

### **2.6.1.3. LA ENTREVISTA OBJETIVA**

Busca tener la información de una fuente confiable, es decir, de las personas involucradas, el periodista debe evitar estar implicado. (Grijelmo, 2022). Por lo general, el periodista tiene que hacer su trabajo, es decir, constatar el hecho y no precisamente ser parte del mismo como fuente.

### **2.6.1.4. LA ENCUESTA**

Es una técnica destinada a la obtención de datos de diferentes personas cuyas opiniones son importantes para el investigador como herramienta para conocer las opiniones de la ciudadanía (Grijelmo, 2022).

### **2.6.1.5. EL GÉNERO DE OPINIÓN**

En este género el periodista da a conocer su opinión con respecto a los hechos, aquí él puede proponer sus puntos de vista y posibles soluciones dependiendo el caso, dentro de estos se cuenta con subgéneros en donde el profesional de información se expresa hacia un público (Grijelmo, 2022). Estos son:

- 1. El editorial:** El periodista debe transmitir una opinión colectiva, ya que esta es pública, el editorial va dirigido a un público a la que se le trasmite un mensaje relevante y es de interés Público.
- 2. El artículo de opinión:** Es importante que cuando se realiza este tipo de contenido, debe ir firmando, por quién escribió.
- 3. La columna:** Se expresa libremente ante la actualidad informativa sin tener que seguir la ideología del medio en el que aparece. Por lo general, se intenta familiarizar al público con el columnista y acostumbrarlo a verlo una y otra vez.
- 4. La crítica:** Su objetivo es presentar una opinión, además de presentar un hecho actual e incluso ilustrar al lector. El editor analiza la información, presenta su criterio personal y trata de informar al destinatario al respecto.

## **2.6.2. EL GÉNERO INTERPRETATIVO**

Es un género moderno utilizado como contraparte de otros medios. Crea una visión de las consecuencias después de que hayan ocurrido los hechos y las compara con el contexto actual del lector o espectador (Gutiérrez, 2011).

### **2.6.2.1. La crónica**

Es el resultado de un género híbrido en el que confluyen la información y, en el fondo, la interpretación del periodista. Permite una presentación libre sin prestar atención al sistema excepcional habitual en las noticias.

### **2.6.2.2. El reportaje interpretativo**

Se detallaron los hechos, pero conducirá al espectador a hipótesis y posibles consecuencias. Aunque su opinión personal se escucha de vez en cuando, mostrará las noticias como un espectador más a pesar de que conoce la información.

### **2.6.2.3. La entrevista**

Se considera más bien como un género interpretativo, aunque se le asocia con el género informativo. Tiene la libertad de realizar las preguntas a sus entrevistados. De alguna manera, esto lo lleva a poder exhibir cierta ideología debido al tipo de preguntas que expresa y tener más empatía en una que otra interrogante (Escobar, 2019).

## **2.7. NOTICIA**

Las noticias son una narración veraz, completa y oportuna de un evento de un interés común, excluyendo una opinión personal sobre quien lo escribe. Las noticias deben ser detalladas, no deben dejar fines gratuitos y deben tener un contexto mínimo para que todos comprendan lo que dicen. Debe desarrollarse para representar el interés público, y no especial; por supuesto, debe referirse a los hechos actuales. Esta noticia es la más común, así como el periodismo más simple (Delgado, 2017).

Escribir fácil puede resultar complicado. Representa características formales y reconocibles, formales y significativas para aquellos que los leen (Latorre, 2019). Los medios de información siguen siendo una de las principales fuentes de su distribución. La compañía también continúa exigiendo información que lo rodea a diario. Pero no algún tipo de información, sino la que le brinda un conocimiento valioso para su vida. Él quiere y espera la verdad, pero por el hecho de que es más trascendental (Rosa, 2023).

En el caso de los medios en línea, la situación es similar, pero más compleja, ya que habitualmente los sistemas de publicación trabajan de acuerdo con colas de indagación. Las

noticias van quedando en una lista de espera, para ser publicadas, por lo que es aún menor el tiempo para poder chequear si su información es correcta (Herrera, 2020).

## **2.8. NOTICIERO ESTELAR**

En la actualidad, el formato televisivo de los noticieros suele ser presentado de forma proporcional tanto por mujeres como por hombres (Córdova, 2020). Los noticieros son el producto más emitido por medio de la televisión. Los noticieros de pantalla son el género televisivo más producido y el segundo después del género ficcional, que es el más emitido y consumido.

El trabajo del periodista y la experiencia que tiene en el campo de la producción de noticias es parte integral de la operación del contenido en un noticiero de primer nivel, lo que fundamenta las normas vigentes que regulan el contenido de la información (Armijos, 2017).

## **2.9. TRATAMIENTO INFORMATIVO**

El tratamiento informativo, según (Nuñez, 1995): debe basarse en principios de veracidad, pluralidad, imparcialidad, precisión, utilidad y aplicabilidad, concretado en un estilo creativo de ingenio y personalidad. (p.45)

El tratamiento informativo, de las noticias, es un conjunto completo de principios y preocupaciones. Se enfoca precisamente en los asuntos relevantes, ofrecido por los medios. Suele ser el relato o comentario de los sucesos escritos o audiovisuales, en la actualidad abarca más allá de la técnica. Tiene la ventaja de inmediatez, visión instantánea y comprensión global. (Morales, 2014). La veracidad y autoridad del equipo de periodistas hacen las noticias más importantes para los ciudadanos, con una garantía de comunicación en apoyo de entrevistas y reportajes sobre los eventos que hacen historia en la ciudad.

El objetivo del tratamiento informativo es llamar la atención del lector brindando la información más importante del hecho o suceso (Armijos, 2017). Entonces, la estructura del tratamiento informativo permite la función periodística, entendiéndose a las personas que se preocupan por recoger la importancia de noticias, investigarla, darle forma y entregarle al televidente información sobre lo que sucede dentro y fuera del entorno.

## **2.10. FUENTES PERIODÍSTICAS**

En periodismo, las fuentes son variadas. Hay tres tipos, entre ellas la gente que presencié el hecho, involucrados o pueden ser funcionarios, representantes de instituciones, empresas o colectivos. La fuente de la noticia puede ser el mismo periodista, siempre y cuando haya sido testigo directo del hecho. Relata lo que ve y aplica con objetividad y el rigor informativo. (Ruiz, 2008). Utilizan como fuentes, publicaciones, registros oficiales o documentos de otros tipos.

La segunda son publicaciones o documentos que proporcionan información oportuna sobre un tema determinado conforme a ello, son el origen de las noticias porque el aprender a utilizar estas fuentes es esencial para un periodismo de calidad (Ruiz, 2008). Entonces, basándonos a lo que dijo Ruiz, se entendió que la última fuente es el mundo que nos rodea, el mismo en el que estamos inmersos.

### **2.10.1. FUENTE OFICIAL**

Persona, empresas u organizaciones que tienen mayor presencia en los medios. Cabe indicar que se citan con mayor frecuencia las fuentes no oficiales. Por ellos, cada uno tiene un cargo importante, tanto en lo político, social, económico, etc. (Blanco, 2016). Si bien es cierto, existen varias fuentes oficiales, pero, para garantizar lo oficial, se debe tener en cuenta el trabajo del periodista como tal, para realizar un estudio de la fuente para que esta sea verídica.

### **2.10.2. FUENTE NO OFICIAL**

Las fuentes no oficiales son las mejores, haciendo énfasis en los testigos directos de los hechos, las víctimas y los autores, dado el caso de que puedan ser entrevistados, cuentan su versión de los hechos (Blanco, 2016). En otras palabras, son personas que están relacionadas directamente con el hecho, mismas que cuenta de principio a fin y con detalles de lo acontecido.

### **2.10.3. UNIFUENTISMO**

Es una sola versión, por ello se considera que puede ser problemático; de hecho, para a ser el típico corre, ve y dile. Entendiendo, que no siempre se contrasta la información, por lo que esto apresura a difundirse como una versión cierta sin importar que sea una fuente oficial o no (Blanco, 2016). Entonces, no siempre se debe confiar en la versión de una sola persona, por lo que no se consigue la información completa y para eso se necesita una ardua investigación del hecho.

### **2.10.4. BIFUENTISMO**

Son un máximo de dos fuentes oficiales o no, que dan a conocer sus versiones sobre los acontecimientos suscitados (Blanco, 2016). Es decir, que en el transcurso de la investigación el periodista o reportero consiguió dos versiones de dos personas relacionadas con el suceso, por lo que se tendría que verificar que lo mencionado por las fuentes sea real independientemente de ser oficial o no, con que tenga relación con el hecho las dos fuentes sirven para difundir la información.

### **2.10.5. MULTIFUENTISMO**

Se tiene tres o más testigos de un hecho, mismos que sirven para dar sus versiones a la prensa o reporteros. Esta información debe ser contrastada y la opinión de las fuentes es muy importante para una correcta difusión de información (Blanco, 2016). Bien, al hablar de multifuentismo, nos ayuda a tener una mejor visión acerca de los sucesos, de manera que se consigue más versiones, sean o no oficiales, sirven siempre y cuando sean testigos directos.

## **2.11. MEDIO TELEVISIVO**

El medio televisivo ha refinado su contenido para adaptarse no solo a nuevas condiciones tecnológicas, sino también a las demandas de la nueva generación. Lejos de presuponer un nuevo formato plural y un nuevo formato, esta adaptación ha causado, entre otros, un proceso de hibridación de ideas de género y programas que a veces les resulta difícil crear un espacio de parrilla largo que también aparece en otras ventanas con la intención de promover una participación efectiva de la audiencia (López et al., 2019).

La participación en el contenido es una de las claves para el éxito de un nuevo formato para lo que se utiliza, desde la producción, estrategias para empoderar a los sectores que son más difíciles de entender para el consumo de televisión tradicional, pero más familiarizados con los canales participativos. Los jóvenes sienten, en el consumo de este contenido, no solo el tema activo de distribución, sino también el protagonista de los eventos del programa interno e incluso el destino del personaje de la historia e incluso la historia (López et al., 2019).

Los medios televisivos forman parte del grupo de medios de comunicación o porque se sabe que los medios de comunicación actuales proporcionan información relevante a ciertos sectores, también funcionan como un punto de eje central para aclarar dudas o en ciertas ocasiones son aquellos que son responsables de glorificar la personalidad o reduciendo el nivel de su aceptación frente al público que él siente parte (Navarro, 2021).

## **2.12. TVS CANAL 13**

En la página principal de TVS canal 13, dan a conocer el lema principal que dice servir a los ciudadanos a través de información constructiva. Nuestros productos de comunicación, noticias, familia, cultura y deporte están inspirados en la comunidad, sus prioridades y proyectos.

El 11 de noviembre de 1998 surge una iniciativa que hoy se ha convertido en la identidad de la ciudad, provincia y región, Somos TVS canal 13, la voz y la imagen del pueblo. Luego de una década al servicio del viento, nos hemos convertido en una herramienta de comunicación que ofrece un vínculo constructivo.

El pueblo es el principal protagonista, nuestra propia ola queda destinada a indagar en la realidad y defender nuestra provincia. (Pino, 1998) Nuestra cobertura de la Provincia de Chimborazo cubre el 70% del mapa territorial.

En la provincia de Chimborazo en cantones como Chambo, Colta, Penipe, Guano y Riobamba se mantiene señal de redes tecnológicas; en este sentido es importante mencionar sectores como San Juan, Calpi, San Andrés, Licto, Pungala y Flores. Los sectores y cantones dentro de esta provincia permiten de manera técnica una red zonal y organizada.

Cabe señalar que esta apertura es con la Finalidad de dar a conocer los sucesos a toda ciudadanía haciendo referencia a Chimborazo y del mismo modo ayudar a los televidentes hacer públicos sus pedidos para que las autoridades tomen en cuenta sus peticiones y trabajen en favor de estos sectores o inclusive ayuden a una mejor organización en barrios y comunidades.

### **2.13. ECUAVISIÓN**

Ecuavisión canal 29, con sedes en Riobamba, Colta, Guano, Champo, Guamote y Penipe. Este canal televisivo se posiciona como un medio de comunicación con tres propósitos fundamentales: informar, educar y entretener. Esta televisora tuvo su nacimiento hace aproximadamente 21 años, desarrollada en la ciudad de Riobamba, captando el interés de la ciudadanía Chimboracense, quienes se adaptaron al horario y disfrutaron del contenido presentado por este canal (Ecuavisión 29, 2011).

### **2.14. MEDIO DIGITAL**

Los medios digitales son otro tipo de red de comunicación, proporcionan herramientas y características específicas enfocadas a crear, distribuir y modificar información mediante medios electrónicos, alcanzando una índole innovadora y única con los usuarios facilitando la comunicación. Además, determinada por el desarrollo tecnológico de Vanguardia, la transición al entorno digital y la diversificación de equipos para el acceso condujeron a un aumento en la atención, frecuencia y ajuste del consumo de sonido (Pedrero, 2022).

El entorno digital, relacionado con las redes sociales, aumenta de manera bastante táctica, con objetivos a corto plazo y responsables de especialistas técnicos sin soluciones estratégicas (Cuenca et al., 2022). Se comprendió que, estos medios digitales, como computadoras portátiles, dispositivos celulares, tabletas permiten a los usuarios tener acceso a cualquier información fácilmente, incluso las compañías prefieren recurrir a estos medios para aplicar publicidad.

El uso de los medios digitales se ha intensificado debido a que el uso de las redes sociales se encuentra en un gran apogeo y aceptación del personal que requiere difundir información, permitiendo acceder a estos medios ya que, al estar al alcance son más asequibles (Freire et al, 2020).

El uso de herramientas para la difusión de noticias cumple un papel importante dentro de este ámbito, siendo necesaria la utilización de la entrevista, para la indagación y comprensión de la relación entre las redes sociales y el entorno, considerada como una estrategia de

lanzamiento y exposición de información, accediendo de manera asertiva al público al que estará dirigido.

## **2.15. REDES SOCIALES**

Las redes sociales actualmente parecen tener un futuro garantizado siempre que sean beneficiosos para el sujeto, a saber, al tiempo que proporcionan aceptación y popularidad. Son el paradigma de la nueva socialización porque son los mejores exponentes de la gestión de la asistencia digital y el desarrollo de la marca personal. En él se ha valorado la privacidad para evaluar la reputación.

Se diría que el sujeto encuentra su felicidad en mostrarse a los demás; sus actividades, sus vacaciones, sus amigos, su experiencia cotidiana encuentran un lugar en la Red. Las redes sociales en el desarrollo de lo que se conoce como política 2.0, cuya plataforma es el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, llamadas Web 2.0, las cuales, en los últimos años, se han desarrollado enormemente, presentando cambios en cómo participa la gente en política (Castellanos et al, 2022).

La disposición del espacio virtual donde los adolescentes conectan y comparten gustos y experiencias. Satisfacen las necesidades sociales. Su comportamiento es una tendencia y modelo para la nueva generación. Una de las características más destacadas de las publicaciones de redes sociales es el uso de hashtags. Un breve fragmento al que aumenta la visibilidad de la publicación, y también es más viral (Lozano et al, 2023).

## **2.16. FACEBOOK**

Facebook es una red creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la Universidad de Harvard. Su objetivo era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. El uso de Facebook como estrategia de comunicación digital manifiesta que Facebook ha generado un incremento en el número de seguidores (Moreno & San Miguel, 2020).

Los tonos de humor y estilos informales en el lenguaje permiten el acercamiento de los usuarios. La interacción entre los usuarios y la entidad no se ha manifestado a gran escala y que el alcance de las publicaciones ha mejorado como la reputación e imagen de la institución. Facebook es el sitio web que brinda un servicio gratuito con el objetivo de facilitar el contacto de los usuarios con sus amistades ya establecidas o nuevas que puedan hacer en la red; además de subir y compartir contenido propio.

Los medios sociales tienen como premisa la exposición y distribución de información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más popular de todas las existentes en la actualidad, con cerca 2.200 millones de usuarios

activos cada mes. La capacidad de la plataforma para compartir recursos, para vincular contenidos presentes en la web a perfiles de usuarios.

Su evolución le permitió soportar experiencias de interacción complejas y secuenciales, estructurando así procesos de aprendizaje colaborativos. Al ser considerada como una red social independiente y con herramientas avanzadas y disponibles para el cronista y para el expectante, Facebook es considerada medianamente obsoleta en la difusión de investigación política (Lozano et al, 2023).

## **2.17. VARIABLES**

### **2.17.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Tratamiento informativo noticiero estelar TVS y Ecuavisión

### **2.17.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

Facebook

## **2.18. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**



**Tabla 1.** Operacionalización de variables

| <b>Variables</b>  | <b>Definición</b>  | <b>Categoría</b>   | <b>Indicadores</b>  | <b>Técnicas / Instrumentos</b>   |
|---|--|--|---|--|
| <p><b>Independiente</b></p> <p>Tratamiento informativo noticiero estelar TVS Y Ecuavisión</p> | <p>Martínez de Sousa en Gavilanes y Bravo (2019, p. 7) indica que el procedimiento informativo es “una forma especial de presentar la información. Es decir, aplicar de manera correcta para presentarlo al lector: una reseña, una entrevista, un reportaje, un informe, un editorial, etc.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimiento informativo</li> <li>• Información</li> <li>• Presentación</li> <li>• Lector</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agenta informativa</li> <li>• Manejo de información</li> <li>• Estilo de publicación</li> <li>• Temáticas de noticia.</li> </ul> | <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Instrumento: Guía de Entrevista</p>                          |
| <p><b>Dependiente</b></p> <p>Facebook</p>   | <p>Facebook es una red social creada para que las personas se mantengan en contacto y potencialmente compartan información, noticias y contenido audiovisual.</p> <p>Pertenece a los canales digitales más familiares para todos aquellos que hoy navegan por Internet.(Pino, 2022)</p>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Red Social</li> <li>• Canales digitales</li> <li>• Contenido audiovisual</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de publicaciones</li> <li>• Tipos de canales</li> <li>• Número de contenidos</li> </ul>                                   | <p>Técnica:</p> <p>Análisis de contenido</p> <p>Instrumento:</p> <p>Matriz de análisis</p> |

**Fuente:** Operacionalización de variables

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Es un conjunto de técnicas y métodos que un investigador elige para llevar a cabo un proyecto de investigación. Contiene una serie de pasos para orientar al investigador. En otras palabras, el diseño de la investigación es un plan de acción estructurado y específico dirigido al diseño e implementación de la investigación.

Incluye un conjunto de reglas o pasos concretos que permiten al investigador lograr el objetivo del investigador. Se define como la combinación de estos de una manera razonablemente lógica para que el problema de investigación se pueda trabajar de manera eficiente. El diseño es una guía para realizar investigaciones utilizando una metodología específica (Mugira, 2018).

#### **3.2.TIPO DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.2.1. INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL**

“La investigación no experimental, las variables no son manipuladas ni controladas” (Álvarez-Risco, 2020). Mediante este tipo de investigación se observaron los fenómenos de la situación real en torno al medio televisivo, información obtenida mediante investigación sin la intervención del investigador.

###### **3.2.1.1. TRANSVERSAL**

Las variables se miden una sola vez y con la información obtenida se realiza el análisis, se calculan las características, ya sea de uno o más grupos de unidades en un momento determinado, sin evaluar el desarrollo de esas unidades. Pueden ser: exploratorios, descriptivos, correlacionales, explicativos (Rodríguez, 2018). Este tipo de investigación ayudó a la recopilación de datos de las variables especificadas al inicio de la investigación. Esta recolección de datos se realizará en un periodo definido sobre un tema específico.

###### **3.2.1.2. LONGITUDINAL**

Según lo expresado por (Álvarez-Risco, 2020) dijo que la investigación longitudinal es un estudio observacional que recoge datos cualitativos y cuantitativos encargados de emplear medidas que den seguimiento. Debido a que la población utilizada para esta investigación es el medio televisivo y los trabajadores dentro del mismo, la investigación longitudinal favoreció de manera directa al seguimiento de los individuos para obtener información de

manera directa, utilizando encuestas para que no exista interferencia con los encuestados observados dentro de este período.

### **3.2.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

La investigación es descriptiva cuando se recopilaron datos y después de ello se realiza la descripción de los diferentes hechos mediante los instrumentos de investigación (Álvarez-Risco, 2020). Este tipo de investigación favorece a la recolección de información de los alcances que tiene el noticiero comunitario Estelar y sin lugar a duda la opinión pública de los habitantes de las parroquias este caso el sector urbano del cantón Riobamba para examinar las variables tal cual se describen.

### **3.2.3. INVESTIGACIÓN ANALÍTICA**

El método analítico es un procedimiento en donde se descompone el todo en sus elementos básico, de manera que va de lo general a lo específico. Además, es posible llegar a concebirlo como un camino que tiene su inicio en los fenómenos para llegar a las leyes, es decir, de los efectos a las causas de los mismos. La investigación analítica tiene la finalidad de entender los fenómenos al describir y medir relaciones causales entre ellos (Arias, 2021).

Mediante este método se analizó a fondo la información encontrada en los medios de televisión analizados, pudiendo así explicar y comprender el comportamiento de la televisora para establecer el desarrollo de funcionamiento y proceso para el noticiero Estelar y la emisión de información veraz y confiable día a día.

## **3.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **3.3.1. ENTREVISTA**

Se puede involucrar a los profesionales que laboran dentro de los medios tradicionales incorporados a la plataforma de Facebook de la localidad, una vez planteadas las preguntas se podrá comprender los diferentes puntos de vista de los expertos. En relación con el término metodológico instrumento. Por con siguiente, (Feria et al., 2019) afirmaron que la herramienta utilizada por el investigador para adquirir y registrar la información, considerándose entre ellos:

Guías de observación, entrevistas, encuestas, revisión y prueba de documentos; así como las tablas para el registro y procesamiento de datos primarios en datos totales. Tenga en cuenta que la entrevista “Una conversación, es decir, es el arte de desarrollar preguntas y escuchar respuestas, como quien dice, contar experiencias” (p.16).

Por lo tanto, esta es la técnica que, al momento de almacenar datos, está vigorosamente influenciada por las características personales del entrevistador, ya que esto le sirve como

base para que el entrevistador tenga conocimiento de llegar ante el entrevistado y que el mismo responda sus preguntas con base a sus experiencias.

### **3.3.2. GUÍA DE ENTREVISTA**

De acuerdo con (Hurtado, 2010) mencionó que la guía para realizar una entrevista es una herramienta muy útil e inclusive permite cumplir un trabajo reflexivo para la organización de los temas posibles que se abordaron en la entrevista y no conlleva un protocolo organizado de preguntas.

Es decir que mediante esta guía el entrevistador tiene cierto conocimiento del tema, y mediante ello tiene o crea varias interrogantes que le sirvan como ideas para ir estableciendo y concretando las ideas que quizá en parte de la investigación parecían no tener coherencia, entonces la guía está establecida para cumplir con el objetivo de cobertura.

### **3.3.3. ANÁLISIS DE CONTENIDO**

Es una técnica de investigación para expresar relaciones identificando de manera ordenada y equitativa algunas características dentro de un texto, llega a ser una técnica que nos permitió interpretar textos, estos pueden ser; escritos, grabados, pintados, filmados y de diversas formas donde puedan existir una gran variedad de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos, etc. (Agudelo Viana, 2008).

El denominador común de estos materiales es su capacidad para abordar un contenido que leído e interpretado cuidadosamente nos abre las puertas para adquirir conocimientos de diversas índoles y fenómenos de la vida social, está basada en la lectura ya sea visual o textual como un instrumento que nos permite adquirir información sistemática, objetiva, cuestionable, y válida (Cadenas, 2016).

En ese sentido, es similar es su problemática y metodología, salvo algunas características determinadas, a las diferentes técnicas de recolección de datos para la indagación social, observación, experimento, encuestas, entrevistas, etc. No obstante, lo que le caracteriza del análisis de contenido y distingue de otras técnicas de investigación sociológica (Escobar, 2019)

En efecto, más que una técnica exclusiva de los diversos enfoques, en términos generales, el estudio de contenido refiere a una técnica de estudio sistemático de discursos extensos, en donde se puede incluir aspectos objetivos como subjetivos e intersubjetivos.

Por ello, el análisis de contenido se identificó como un método de investigación cualitativa, en la que se reflejan más experiencias, ya que suele utilizarse para analizar las características y rasgos dependiendo del tipo de contenido ya sea digital o inclusive

tradicional. (Arteaga, 2022). Es un enfoque utilizado para cuantificar la información cualitativa mediante la clasificación de los datos y la comparación de diferentes piezas de información para resumirla en información útil.

El tipo de datos que se puede analizar son palabras simples, texto, imágenes, videos, entre otros. La finalidad de analizar los datos es facilitar una visión general de lo cualitativo en un formato cuantitativo. El análisis de contenido se trata de la investigación de datos que ya han sido registrados en medios sociales, textos, libros o cualquier otra forma física o virtual (Escobar, 2019).

Para (Arán et al, 2020) es indispensable emplear métodos para examinar los datos, las imágenes, los textos impresos, los sonidos, los medios de comunicación social, los artículos, los libros, las revistas y la web, principalmente para entender lo que la gente quiere decir, lo que la gente permite y lo que la información que transmite dice a la empresa o a la sociedad en general. Para realizar un análisis de contenido es necesario estudiar los datos, plantear las preguntas y objetivos, desarrollar un sistema de codificación, definir las categorías y proceder a codificar.

### **3.3.4. MATRIZ DE ANÁLISIS**

El instrumento conocido como matriz de consistencia surge como una herramienta metodológica para ordenar, jerarquizar, estructurar y controlar los conceptos, categorías, dimensiones y variables, entre el objeto o fenómeno que se pretende estudiar y las propiedades que se le establecen. Es decir, parte del principio de no contradicción y de identidad, como lo determina la lógica formal (Giesecke, 2020).

### **3.3.5. TÉCNICA DEL SOMBRERO**

Se aplicará la Técnica del Sombrero: Esta consiste en adquirir en diferentes papeles el número de videos por fecha de cada mes, posterior a ello se va a colocar en un sombrero, caja u otro objeto para sacar la mita de la cantidad de videos, para ser analizados (Silberman, 1998).

En el mes de julio 2022 se encontró 20 videos del noticiero estelar, se realizó una aleatorización cegada y al azar, integrando la correlación entre fechas, medios y canales de distribución de contenido.

## **3.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO Y TAMAÑO DE MUESTRA**

### **3.4.1. POBLACIÓN**

En TVS canal 13 contamos con 79 y Ecuavisión con 114 videos de noticiero estelar en la plataforma de Facebook durante el periodo julio- diciembre 2022.

### **3.4.1. MUESTRA**

La muestra se define como “proporción de una población que se toma en cuenta para realizar un estudio, el cual se considera representativo de la población” (Escobar, 2019). Se realizará un paneo aleatorio de cada uno de los medios, para la selección de un video por semana en donde la muestra del contenido de TVS canal 13 es de 24 y Ecuavisión 26 videos en la plataforma digital de Facebook, que aborden tratamiento informativo emisión estelar durante el periodo señalado.

## **3.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS, Y PROCESAMIENTO DE DATOS.**

### **3.5.1. MÉTODO INDUCTIVO**

El método inductivo permite la diferenciación de hechos expuestos, manteniendo indispensable la observación específica, de los distintos acontecimientos suscitados en la ciudad de Riobamba, exponiendo problemáticas y primicias de interés para los televidentes, permitiendo proponer alternativas enfocadas en el mejoramiento de diferentes aspectos como notas informativas del noticiero Estelar.

El razonamiento inductivo que inicia con la observación de casos específicos, en donde su principal objetivo es establecer principalmente generalizaciones, valorando si estas se aplican a casos específicos. Y el razonamiento deductivo que posibilita generalizar a partir de casos particulares (Urzola, 2020).

Suele fundamentarse en la observación y experimentación de hechos y acciones precisas de tal manera que nos permita llegar a una resolución o conclusión general sobre estos; es decir en este proceso se comienza por los datos y finaliza llegando a una teoría, por lo tanto, se puede decir que asciende de lo particular a lo general (Escobar, 2019).

### **3.5.2. MÉTODO DEDUCTIVO**

Hace referencia a una forma específica de razonar o pensar, dicha investigación permitió conocer los hechos o fenómenos sociales que se difunden mediante el noticiero estelar y su predominio en los riobambeños, además de conocer las diferentes opiniones que se proporcionan en este programa, va de lo general a lo particular (Urzola, 2020).

La deducción es uno de los principales métodos de razonamiento o conclusión y un método de investigación indispensable; generalmente hace referencia a las conclusiones que llegamos previo a un razonamiento. En un sentido más riguroso, la deducción se entiende como la evidencia o derivación infalible de la afirmación o consecuencia de una o varias premisas sobre la base de las leyes de la lógica (Carvajal, 2023).

### **3.5.3. METODOLOGÍA CUANTITATIVA**

La investigación cuantitativa es un método estructurado para recopilar y analizar datos de diversas fuentes utilizando herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados. El propósito es coherente por que intenta cuantificar el problema y comprender su extensión buscando resultados que puedan proyectarse a una población más grande. (Neill et al., 2018).

La metodología cuantitativa consiste en una serie de métodos y técnicas que buscan acercarse al conocimiento de la realidad social a través de la ampliación, alcance y significado de los hechos analizados, a través del propio sujeto o su representación social. Se basa en el paradigma explicativo.

Se enfoca en aspecto visible y observables, los cuales pueden medirse para describir o explicar fenómenos sociales y utiliza estadísticas para analizar datos. Razón por la cual, este paradigma debería utilizar información medible para describir y de igual forma intentar explicar los fenómenos que estudia. Si bien es cierto, las técnicas cuantitativas nos permiten conocer qué piensan una serie de personas sobre sus creencias, valores, hábitos, prioridades, preocupaciones, etc. (Millán, 2018)

### **3.5.4. METODOLOGÍA CUALITATIVA**

Según (Bernal, 2018) en su libro “La investigación de Ciencias Sociales: Técnicas de recolección de la información”, asevera que la metodología cualitativa se basa en las características, peculiaridades, atributos del tratamiento informativo, revisión documental, población, muestra.

Esta metodología se empleará para comprobar si se aplicó o no diferentes formatos, narrativas, hashtags en los noticieros estelares de los canales TVS y Ecuavisión apropiada en cuanto al tema abordado. La metodología cualitativa, por lo común, primero es utilizada para descubrir y clarificar preguntas de investigación. A veces, pero no esencialmente, se prueban hipótesis (Angulo, 2020).

La metodología cualitativa hace referencia ordinariamente a la descripción, la comprensión y la interpretación de las ideas y conductas humanas, ya sea a nivel individual como a nivel social. La comprensión y la interpretación solo pueden efectuarse por la mente humana, porque es capaz de ponerse en el lugar de otro. (González, 2019)

La recopilación de información llega a ser más flexible que en el caso cuantitativo, ya que no está limitada a variables cuantificables y porque puede irse adaptando al correcto desarrollo de la investigación, en el que logran intervenir los sujetos en estudio, además del propio investigador. Por ejemplo, para la recogida de información en esta metodología es la entrevista en profundidad a un sujeto o la búsqueda de textos de los escritores de un grupo explícito o generación literaria (Escobar, 2019).

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. RESULTADOS

##### 4.1.2 Análisis de resultados de TVS canal 13

**Tabla 2.** Análisis general temas tratamiento informativo TVS canal 13

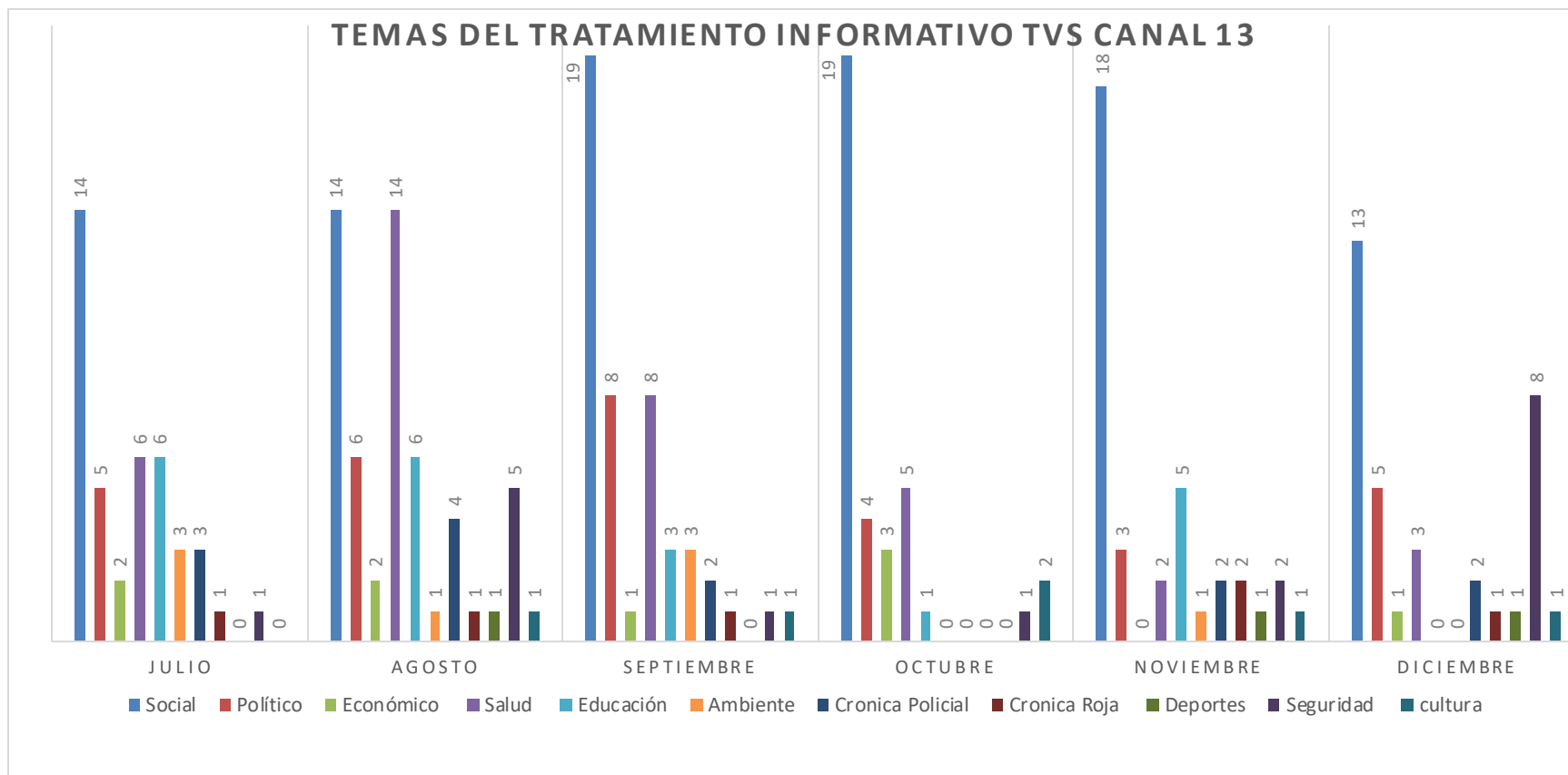
| ANÁLISIS GENERAL “TEMAS TRATAMIENTO INFORMATIVO TVS CANAL 13” |              |           |           |           |           |           |          |                  |              |          |           |          |
|---|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------------|--------------|----------|-----------|----------|
| N°  | Meses        | Social    | Político  | Económico | Salud     | Educación | Ambiente | Crónica Policial | Crónica Roja | Deportes | Seguridad | Cultura  |
| 1   | Julio        | 14        | 5         | 2         | 6         | 6         | 3        | 3                | 1            | 0        | 1         | 0        |
| 2   | Agosto       | 14        | 6         | 2         | 14        | 6         | 1        | 4                | 1            | 1        | 5         | 1        |
| 3   | Septiembre   | 19        | 8         | 1         | 8         | 3         | 3        | 2                | 1            | 0        | 1         | 1        |
| 4   | Octubre      | 19        | 4         | 3         | 5         | 1         | 0        | 0                | 0            | 0        | 1         | 2        |
| 5   | Noviembre    | 18        | 3         | 0         | 2         | 5         | 1        | 2                | 2            | 1        | 2         | 1        |
| 6   | Diciembre    | 13        | 5         | 1         | 3         | 0         | 0        | 2                | 1            | 1        | 8         | 1        |
|   | <b>TOTAL</b> | <b>97</b> | <b>31</b> | <b>9</b>  | <b>38</b> | <b>21</b> | <b>8</b> | <b>13</b>        | <b>6</b>     | <b>3</b> | <b>18</b> | <b>6</b> |

*Fuente:* Tratamiento informativo TVS canal 13

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra



**Gráfico 1.** Análisis general temas tratamiento informativo TVS canal 13



**Fuente:** Tratamiento informativo TVS canal 13

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### Análisis e interpretación de datos

El gráfico muestra las temáticas del tratamiento informativo de TVS canal 13 periodo julio-diciembre 2022. El tema social se evidenció con más frecuencia en septiembre y octubre con el 19%; mientras que en agosto prevaleció salud con el 14%; política tuvo más difusión en septiembre con el 8%; seguido de seguridad en diciembre con el 8%; mientras que en julio y agosto predominó educación con el 6%; en cuanto a la crónica policial en agosto con el 4%; en el caso de ambiente prevaleció más en julio y septiembre con el 3%; el factor económico en octubre con el 3%; en el caso de cultura se observó más en octubre con el 2%; mientras que la crónica roja en noviembre con el 2% y finalmente deportes en agosto, noviembre y diciembre con el 1%.

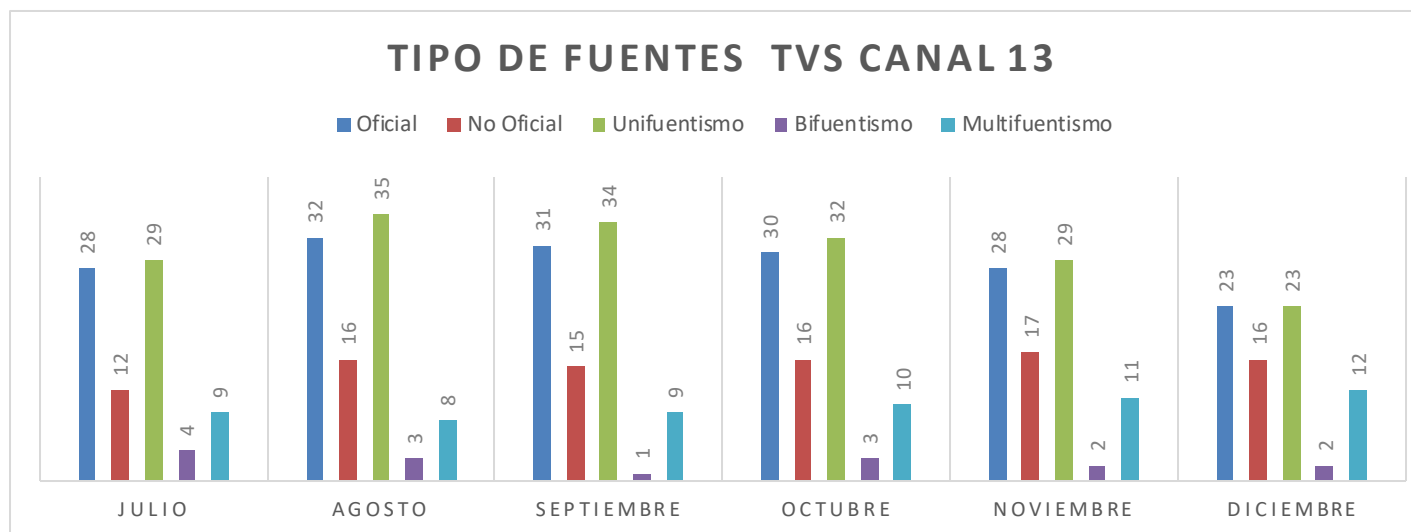
**Tabla 3.** Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo TVS canal 13

| <b>ANÁLISIS GENERAL “TIPOS DE FUENTES TRATAMIENTO INFORMATIVO TVS CANAL 13”</b> |              |                |                   |                     |                    |                       |
|---|--------------|----------------|-------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|
| <b>N°</b>   | <b>Meses</b> | <b>Oficial</b> | <b>No Oficial</b> | <b>Unifuentismo</b> | <b>Bifuentismo</b> | <b>Multifuentismo</b> |
| 1   | Julio        | 28             | 12                | 29                  | 4                  | 9                     |
| 2   | Agosto       | 32             | 16                | 35                  | 3                  | 8                     |
| 3   | Septiembre   | 31             | 15                | 34                  | 1                  | 9                     |
| 4   | Octubre      | 30             | 16                | 32                  | 3                  | 10                    |
| 5   | Noviembre    | 28             | 17                | 29                  | 2                  | 11                    |
| 6   | Diciembre    | 23             | 16                | 23                  | 2                  | 12                    |
|   | <b>TOTAL</b> | <b>172</b>     | <b>92</b>         | <b>182</b>          | <b>15</b>          | <b>59</b>             |

*Fuente:* Tipos de fuentes tratamiento informativo TVS canal 13

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Gráfico 2.** Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo TVS canal 13



**Fuente:** Tipos de fuentes tratamiento informativo TVS canal 13

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### Análisis e interpretación de datos

En los tipos de fuentes, se identificó que el unifuentismo prevaleció en agosto con el 35%; seguido de la fuente oficial en agosto con el 32%; en cuanto a la fuente no oficial que tuvo más relevancia en noviembre con el 17%; mientras que el multifuentismo predominó en diciembre con el 12% y finalmente el bifuentismo en julio con el 4%.

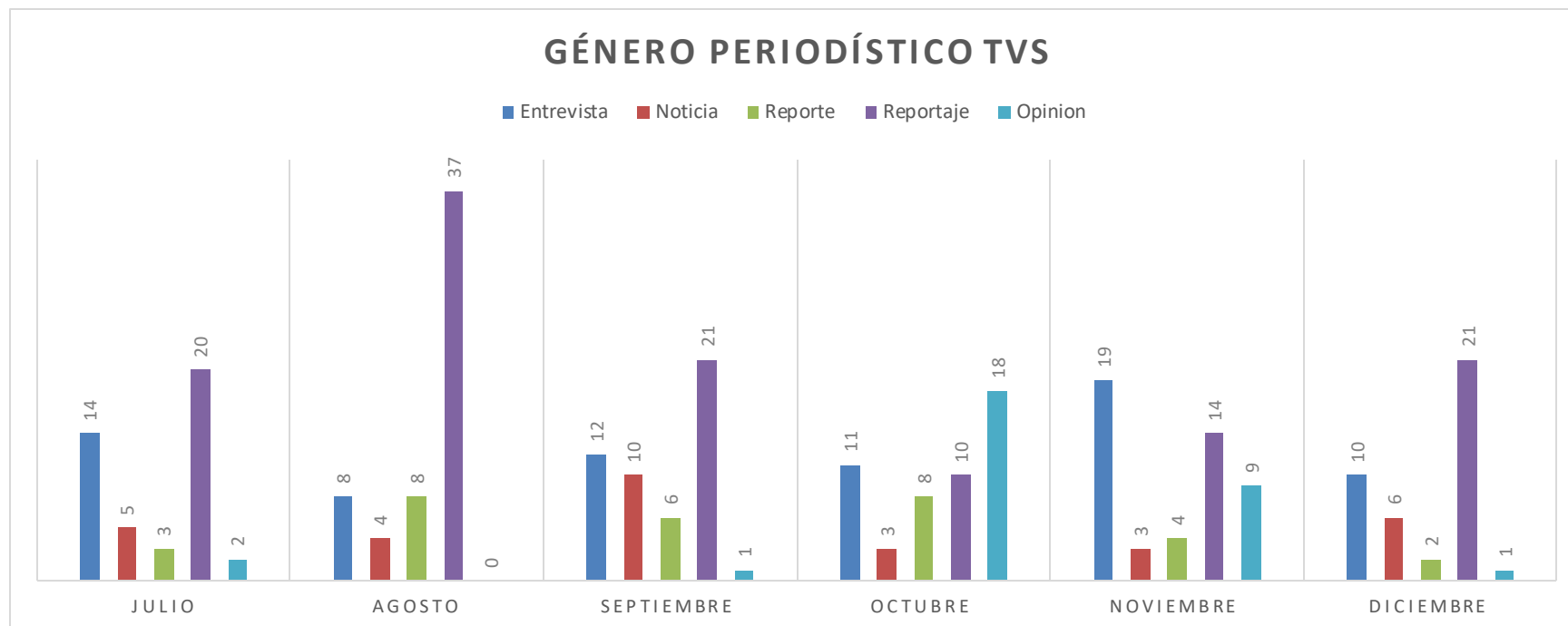
**Tabla 4.** Análisis general de géneros periodísticos tratamiento informativo TVS canal 13

| <b>ANÁLISIS GENERAL DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS TRATAMIENTO INFORMATIVO TVS CANAL 13</b> |              |                   |                |                |                  |                |
|---|--------------|-------------------|----------------|----------------|------------------|----------------|
| <b>N°</b>   | <b>Meses</b> | <b>Entrevista</b> | <b>Noticia</b> | <b>Reporte</b> | <b>Reportaje</b> | <b>Opinión</b> |
| 1   | Julio        | 14                | 5              | 3              | 20               | 2              |
| 2   | Agosto       | 8                 | 3              | 8              | 37               | 0              |
| 3   | Septiembre   | 12                | 19             | 6              | 21               | 1              |
| 4   | Octubre      | 11                | 3              | 8              | 10               | 18             |
| 5   | Noviembre    | 19                | 3              | 4              | 14               | 9              |
| 6   | Diciembre    | 10                | 6              | 2              | 21               | 1              |
|   | <b>TOTAL</b> | <b>74</b>         | <b>39</b>      | <b>31</b>      | <b>123</b>       | <b>31</b>      |

*Fuente:* Tratamiento informativo TVS canal 13

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Gráfico 3.** Análisis general de géneros periodísticos tratamiento informativo TVS canal 13



**Fuente:** Tratamiento informativo TVS canal 13

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### **Análisis e interpretación de datos**

En los géneros periodísticos se destacó más el reportaje en agosto con el 37%; seguido la entrevista en noviembre con el 19%; en el caso de opinión predominó más en octubre con el 18%; y en caso de reporte tuvo más acogida en agosto y octubre con el 8% para cada uno; finalmente la noticia que prevaleció más en septiembre con el 10%.

#### 4.1.3. Análisis de resultados de la red social Facebook de TVS canal 13

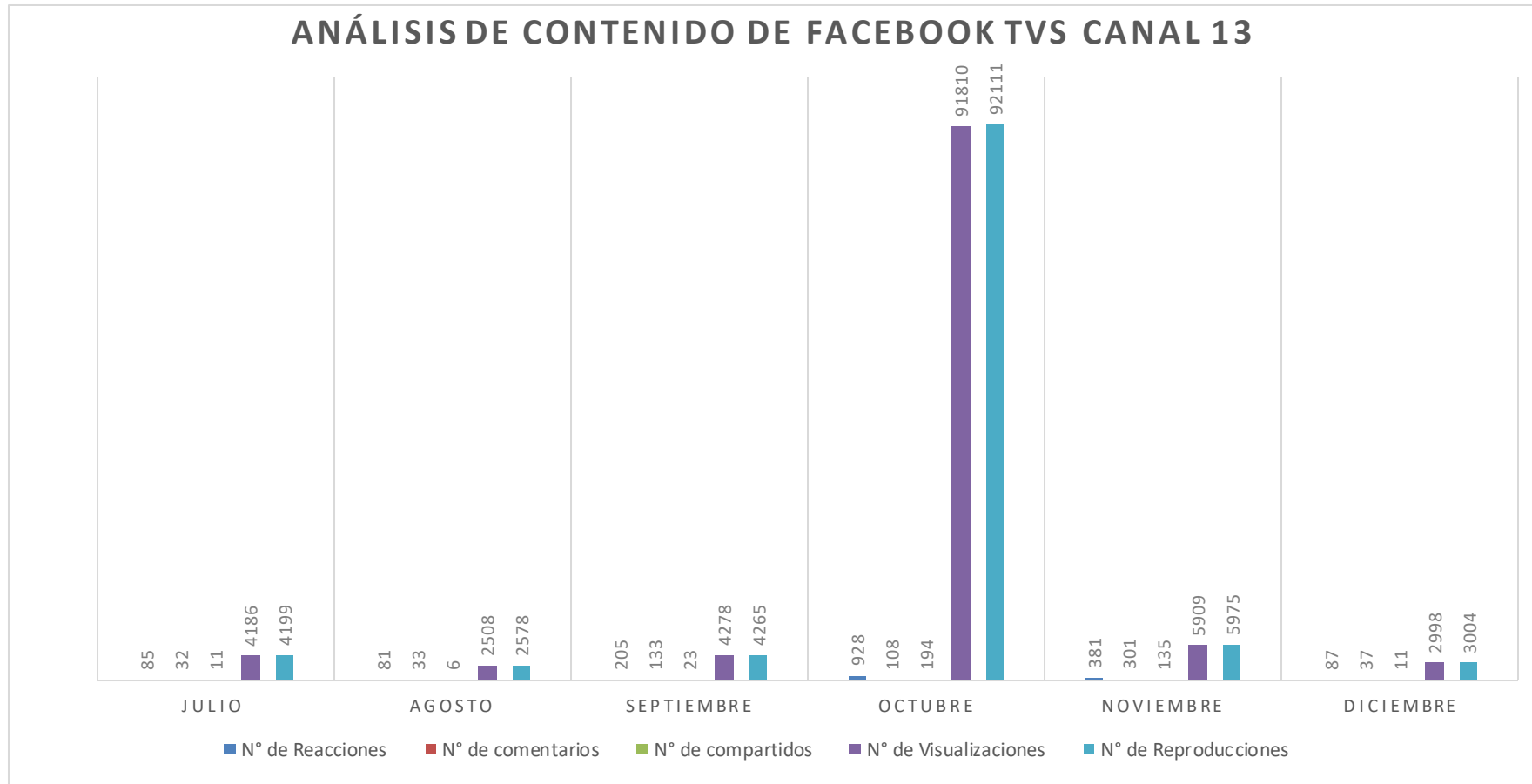
**Tabla 5.** Análisis general de contenido en Facebook TVS canal 13

| <b>ANÁLISIS GENERAL DE CONTENIDO EN FACEBOOK TVS CANAL 13</b> |              |                         |                          |                          |                              |                             |
|---|--------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| <b>N°</b>   | <b>Meses</b> | <b>N° de Reacciones</b> | <b>N° de comentarios</b> | <b>N° de compartidos</b> | <b>N° de Visualizaciones</b> | <b>N° de Reproducciones</b> |
| 1   | Julio        | 85                      | 32                       | 11                       | 4186                         | 4199                        |
| 2   | Agosto       | 81                      | 33                       | 6                        | 2508                         | 2578                        |
| 3   | Septiembre   | 205                     | 133                      | 23                       | 4278                         | 4265                        |
| 4   | Octubre      | 928                     | 108                      | 194                      | 91810                        | 92111                       |
| 5   | Noviembre    | 381                     | 301                      | 135                      | 5909                         | 5975                        |
| 6   | Diciembre    | 87                      | 37                       | 11                       | 2998                         | 3004                        |
|   | <b>TOTAL</b> | <b>1767</b>             | <b>644</b>               | <b>380</b>               | <b>111,689</b>               | <b>112,132</b>              |

*Fuente:* Información TVS canal 13 en Facebook

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Gráfico 4.** Análisis general de contenido en Facebook TVS canal 13



**Fuente:** Información TVS canal 13 en Facebook

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### Análisis e interpretación de datos

Se realizó un análisis del contenido de Facebook de la Fan Page TVS canal 13. En el mes de octubre se observó una mayor acogida por la audiencia llegando a las 92111 reproducciones; así mismo con 91810 en visualizaciones en octubre; mientras que en el número de reacciones se evidenció más en octubre con 928; en el caso de los comentarios se reflejó más en noviembre con 301; finalmente el número de compartidas tuvo más trascendencia con 194 en octubre.

#### 4.1.4. Análisis de resultados del canal Ecuavisión

**Tabla 6.** Análisis general temas de tratamiento informativo de Ecuavisión

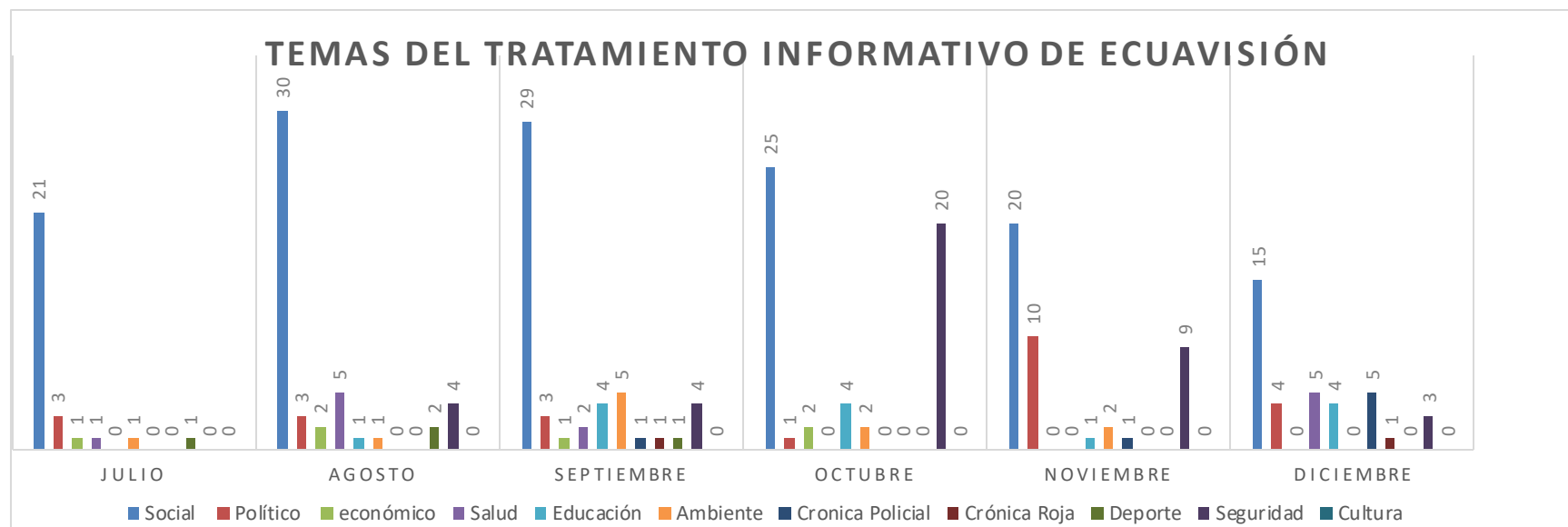
| ANÁLISIS GENERAL TEMAS DE TRATAMIENTO INFORMATIVO DE ECUAVISIÓN |              |            |           |           |           |           |           |                  |              |          |           |          |
|---|--------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|--------------|----------|-----------|----------|
| N <sup>o</sup>  | Meses        | Social     | Político  | Económico | Salud     | Educación | Ambiente  | Crónica Policial | Crónica Roja | Deporte  | Seguridad | Cultura  |
| 1   | Julio        | 21         | 3         | 1         | 1         | 0         | 1         | 0                | 0            | 1        | 0         | 0        |
| 2   | Agosto       | 30         | 3         | 2         | 5         | 1         | 1         | 0                | 0            | 2        | 4         | 0        |
| 3   | Septiembre   | 29         | 3         | 1         | 2         | 4         | 5         | 1                | 1            | 1        | 4         | 0        |
| 4   | Octubre      | 25         | 1         | 2         | 0         | 4         | 2         | 0                | 0            | 0        | 20        | 0        |
| 5   | Noviembre    | 20         | 10        | 0         | 0         | 1         | 2         | 1                | 0            | 0        | 9         | 0        |
| 6   | Diciembre    | 15         | 4         | 0         | 5         | 4         | 0         | 5                | 1            | 0        | 3         | 0        |
|   | <b>TOTAL</b> | <b>140</b> | <b>24</b> | <b>6</b>  | <b>13</b> | <b>14</b> | <b>11</b> | <b>7</b>         | <b>2</b>     | <b>4</b> | <b>40</b> | <b>0</b> |

*Fuente:* Informativo Ecuavisión canal 29

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra



**Gráfico 5.** Análisis general temas de tratamiento informativo de Ecuavisión



**Fuente:** Informativo Ecuavisión canal 29

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### Análisis e interpretación de datos

El gráfico anterior muestra las temáticas del tratamiento informativo de Ecuavisión, periodo julio-diciembre 2022. Se encontró que resaltó la temática social en agosto con el 30%; seguido de la seguridad en que tuvo más relevancia en octubre con un 20%; en cuanto a lo político se evidenció en noviembre que corresponde al 10%; salud corresponde al 5% en agosto y diciembre; en septiembre lidera ambiente con el 5%; en cuanto la crónica policial en diciembre con el 5%; mientras que educación predominó más septiembre, octubre y diciembre con el 4%; mientras que deporte corresponde al 2% en agosto; en lo que se refiere a lo económico en agosto y octubre con el 2%; seguido de la crónica roja que se evidencia en septiembre y diciembre con el 1% finalmente el tema cultura no tienen ningún dato en este periodo.

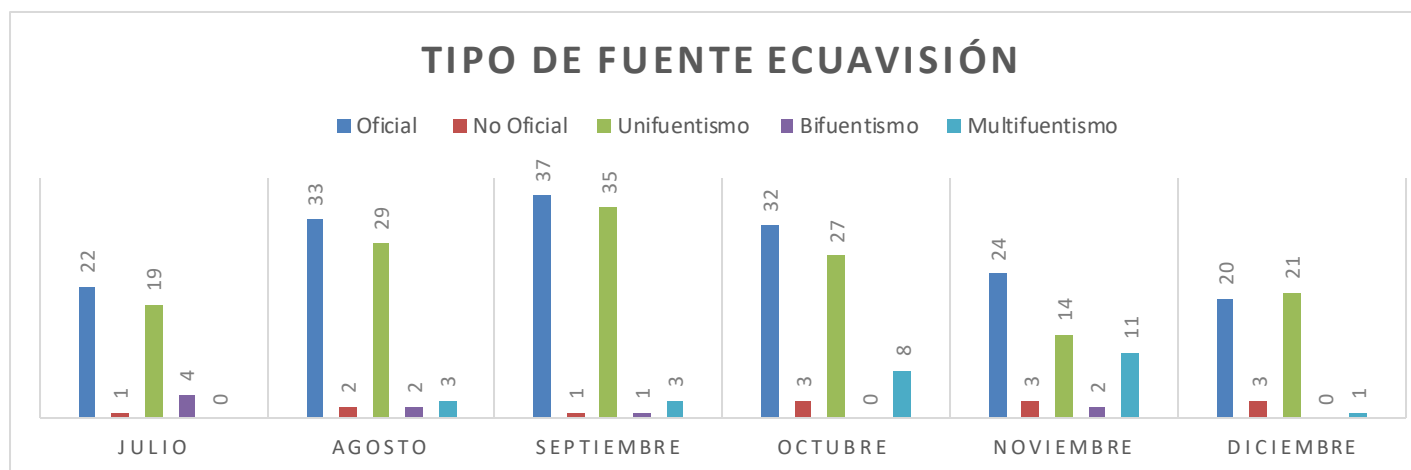
**Tabla 7.** Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo Ecuavisión

| <b>ANÁLISIS GENERAL TIPOS DE FUENTES TRATAMIENTO INFORMATIVO ECUAVISIÓN</b> |              |                |                   |                     |                    |                       |
|---|--------------|----------------|-------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|
| <b>N°</b>   | <b>Meses</b> | <b>Oficial</b> | <b>No Oficial</b> | <b>Unifuentismo</b> | <b>Bifuentismo</b> | <b>Multifuentismo</b> |
| 1   | Julio        | 22             | 1                 | 19                  | 4                  | 0                     |
| 2   | Agosto       | 33             | 2                 | 29                  | 2                  | 3                     |
| 3   | Septiembre   | 37             | 1                 | 35                  | 1                  | 3                     |
| 4   | Octubre      | 33             | 3                 | 27                  | 0                  | 8                     |
| 5   | Noviembre    | 24             | 3                 | 14                  | 2                  | 11                    |
| 6   | Diciembre    | 20             | 3                 | 21                  | 0                  | 1                     |
|   | <b>TOTAL</b> | <b>169</b>     | <b>13</b>         | <b>145</b>          | <b>9</b>           | <b>26</b>             |

**Fuente:** Informativo Ecuavisión canal 29

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Gráfico 6.** Análisis general tipos de fuentes tratamiento informativo Ecuavisión



**Fuente:** Informativo Ecuavisión canal 29

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### **Análisis e interpretación de datos**

En septiembre se reflejó más la fuente oficial con un 37%; sigue el unifuentismo en septiembre con un 35%; posterior a ello el multifuentismo en noviembre con un 11%; el bifuentismo predominó en julio y octubre con un 4%; finalmente el no oficial en octubre, noviembre y diciembre con el 3%.

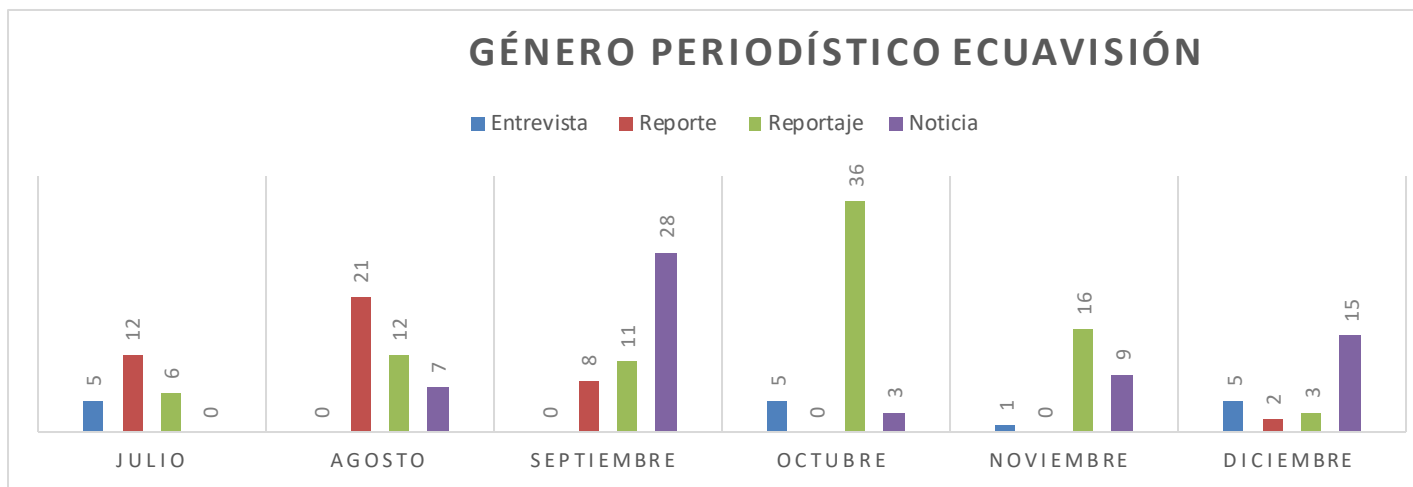
**Tabla 8.** Análisis general de “Géneros periodísticos tratamiento informativo Ecuavisión”

| <b>ANÁLISIS GENERAL DE “GÉNEROS PERIODÍSTICOS TRATAMIENTO INFORMATIVO ECUAVISIÓN</b> |              |                   |                |                  |                |
|--|--------------|-------------------|----------------|------------------|----------------|
| <b>N°</b>  | <b>Meses</b> | <b>Entrevista</b> | <b>Reporte</b> | <b>Reportaje</b> | <b>Noticia</b> |
| 1  | Julio        | 5                 | 12             | 6                | 0              |
| 2  | Agosto       | 0                 | 21             | 12               | 7              |
| 3  | Septiembre   | 0                 | 8              | 11               | 28             |
| 4  | Octubre      | 5                 | 0              | 36               | 3              |
| 5  | Noviembre    | 1                 | 0              | 16               | 9              |
| 6  | Diciembre    | 5                 | 2              | 3                | 15             |
|  | <b>TOTAL</b> | <b>16</b>         | <b>43</b>      | <b>84</b>        | <b>62</b>      |

*Fuente:* Informativo Ecuavisión canal 29

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Gráfico 7.** Análisis general de “Géneros periodísticos tratamiento informativo Ecuavisión”



**Fuente:** Informativo Ecuavisión canal 29

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### **Análisis e interpretación de datos**

El género más utilizado fue el reportaje en octubre con el 36%; seguido de la noticia que tuvo más relevancia el septiembre con el 28%; en cuanto al reporte tuvo más acogida en agosto con el 21%; finalmente la entrevista con el 5% en el mes de julio, octubre y diciembre.

#### 4.1.5 Análisis de resultados de la red social Facebook de Ecuavisión

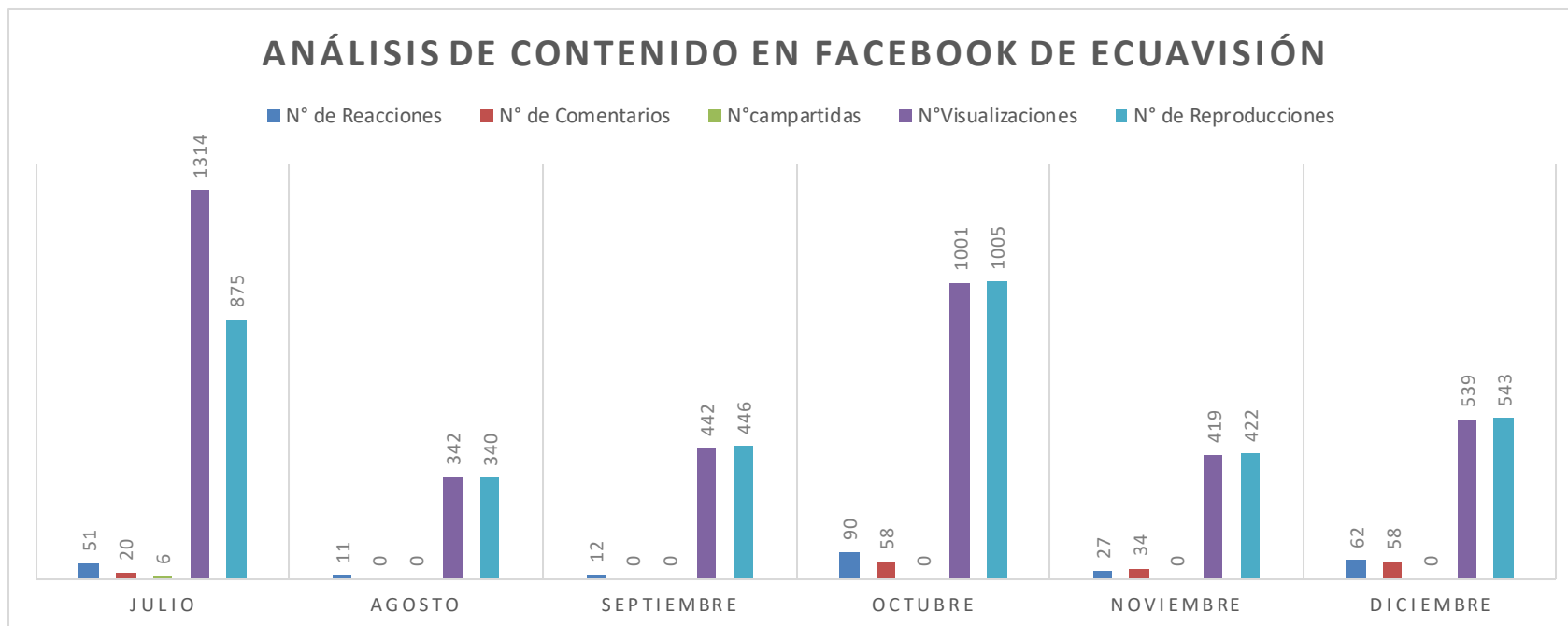
**Tabla 9.** Análisis general de contenido en Facebook para Ecuavisión

| <b>ANÁLISIS GENERAL DE CONTENIDO EN FACEBOOK PARA ECUAVISIÓN</b> |              |                         |                          |                       |                           |                             |
|--|--------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------|
| <b>N°</b>  | <b>Meses</b> | <b>N° de Reacciones</b> | <b>N° de Comentarios</b> | <b>N° Compartidas</b> | <b>N° Visualizaciones</b> | <b>N° de Reproducciones</b> |
| 1  | Julio        | 51                      | 20                       | 6                     | 1314                      | 875                         |
| 2  | Agosto       | 11                      | 0                        | 0                     | 342                       | 340                         |
| 3  | Septiembre   | 12                      | 0                        | 0                     | 442                       | 446                         |
| 4  | Octubre      | 90                      | 58                       | 0                     | 1001                      | 1005                        |
| 5  | Noviembre    | 27                      | 34                       | 0                     | 419                       | 422                         |
| 6  | Diciembre    | 62                      | 58                       | 0                     | 539                       | 543                         |
|  | <b>TOTAL</b> | <b>253</b>              | <b>170</b>               | <b>6</b>              | <b>4057</b>               | <b>3631</b>                 |

*Fuente:* Informativo Ecuavisión canal 29 en Facebook

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Gráfico 8.** Análisis general de contenido en Facebook para Ecuavisión



**Fuente:** Informativo Ecuavisión canal 29 en Facebook

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### **Análisis e interpretación de resultados**

En la observación de contenido de Ecuavisión se identificó que las visualizaciones alcanzan a los 1314 en julio; mientras que las reproducciones obtienen 1005 en octubre; los comentarios tienen más acogida en octubre y diciembre con 58; en el número de reacciones se refleja más en octubre con 90; finalmente se evidencia el número de compartidas con el 12 en septiembre.

## 4.2 Análisis de Entrevistas a Expertos

**Tabla 10.** Entrevista al presentador de Noticias de Ecuavisión canal 29

|   |  |
|---|--|
| <b>Nombre: Alexander Colcha</b>   | <b>Ocupación: Presentador de Noticias</b>  |
| <b>Canal :</b>  | Ecuavisión canal 29  |
| <b>Modalidad de la entrevista</b>   | Vía Zoom   |
| <b>Pregunta</b>   | <b>Respuestas</b>  |
| <b>1.- ¿Cuál es el mayor desafío que enfrenta al presentar noticias en vivo?</b>  | <i>“Yo creo que el mayor desafío es la veracidad con la que da o se emite la información. Nosotros precautelamos todo eso siempre vemos que sea una fuente confiable, afirmativa y como estamos en comunicación con otros medios aquí en la ciudad tratamos de ayudarnos mutuamente”.</i>  |
| <b>2.- ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al interactuar con los reporteros de campo, ciudadanía y corresponsales en vivo durante el noticiero?</b> | <i>“Lo que siempre les mencionamos al momento de realizar las coberturas es la objetividad que siempre tenemos que escuchar a las dos partes en una rueda de prensa, de igual manera, nosotros recopilamos la información más interesante para poder dar a conocer, la nota en un noticiero no puede ir más allá de 2 minutos o 2 minutos y medio. Porque la intención de nosotros no es que le cansen a nuestra audiencia, entonces sacar siempre lo más concreto y lo de mayor impacto”.</i>       |
| <b>3.- ¿Cuál es la satisfacción más grande que obtiene al presentar un noticiero estelar?</b>   | <i>“La satisfacción es de la audiencia al momento que nos escriben, que tenemos interacción con ellos, la felicitación de la gente. Nosotros nos debemos a la tele-audiencia.<br/>Ellos son los que califican nuestro trabajo si lo hacemos bien o si lo hacemos mal, por medio de redes sociales, por WhatsApp nos tratan de emitir estos comentarios, qué son constructivos para nosotros e intentamos hacer lo mejor trabajando cada día”.</i>  |
| <b>4.- ¿Porque en el noticiero estelar predomina más el tema social?</b>  | <i>“Que nosotros como comunicadores debemos de estar en donde la noticia se genera y es en la sociedad”.</i>   |
| <b>5.- ¿Qué diferencia considera que existe entre un medio digital y un medio tradicional con respecto a la difusión de información?</b>              | <i>“Yo creo que los medios digitales, ahora que la tecnología ha avanzado bastante en un medio digital podemos considerar que las noticias y todo lo que pasa es de manera rápida, es más actualizada, nosotros nos debemos al noticiero específico y a la emisión que tenemos, ya que la tecnología, redes sociales ahora se coge el celular en ese momento se empieza a transmitir en vivo y esa facilidad nosotros no tenemos, aunque sí la tratamos de implementar, pero no sucede siempre”.</i> |
| <b>6.- ¿Por qué decidieron compartir o difundir contenido en la plataforma de Facebook y no otras plataformas como Instagram,</b>                     | <i>“Consideramos que la plataforma de Facebook tiene mayor accesibilidad y mayor alcance en la sociedad. Cabe indicar, que, si intentamos tener acceso a Instagram, YouTube, pero no tuvimos una</i>   |

|  |   |
|--|---|
| ¿Twitter, Tik Tok etc., para compartir el contenido informativo?                                     | <i>mayor aceptación entonces, en Facebook nuestra audiencia hemos considerado que es lo mejor, entonces trabajamos con esa red social.”</i>   |
| 7.- ¿Cómo maneja las decisiones relacionadas con la publicidad y los ingresos comerciales del canal? | <p><i>“Los desafíos en este sentido no son mucho, cada medio de comunicación tiene sus políticas, publicidades.</i></p> <p><i>Nosotros nos manejamos de una manera independiente, la tele-audiencia observa nuestro trabajo, vamos con la propuesta si ellos aceptan chévere, les propone y tienen más beneficio las personas quienes están trabajando con nosotros que eso es lo normal, pero no, de hecho, la gente poco a poco califica el trabajo y si tenemos más aceptación”.</i></p> |

#### **Análisis**

Lo expresado por el presentador de noticias, pone en evidencia que todo el equipo está siempre pendiente de las actividades que se van a realizar, tratan de sacar las notas más importantes sobre todo con la sociedad ya que es lo que compete en la provincia, menciona que tiene entrevistas de diferentes temáticas, sin embargo, no dejan pasar por alto las noticias nacionales e internacionales.

Indica que la originalidad es importante, además, con respecto al uso de la tecnología dice es de gran ayuda para la inmediatez de la noticia, siempre y cuando sea una fuente confiable. Dentro del canal solo utilizan Facebook ya que es la plataforma que más aceptación tuvo.

**Fuente:** Entrevista Ecuavisión canal 29

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Tabla 11.** Entrevista al presentador de noticias de TVS canal 13

|  |  |
|--|--|
| <b>Nombre: Juan Salazar López</b>  | <b>Ocupación: Presentador de Noticias</b>  |
| <b>Canal :</b>   | TVS Canal 13   |
| <b>Modalidad de la entrevista</b>  | Presencial   |
| <b>Pregunta</b>  | <b>Respuestas</b>  |
| 1.- ¿Cómo se prepara para el noticiero? y ¿Cuál es su rutina previa a la emisión?            | <p><i>“Siempre nos enseñaron que para estar al día en la comunicación el periodista tiene que estar empapado de toda la problemática local, nacional e internacional a diario. Leer es vital, hoy tenemos las herramientas, las redes sociales, el Tik Tok, para acceder fácilmente a fuentes de información.</i></p> <p><i>Entonces yo me preparo todos los días, porque existen varios invitados del tema político, económico, desarrollo de una ciudad, deportivo, nacional e internacional. Entonces, no quiero que me cojan desprevenido con esas temáticas, para eso hay que prepararse todos los días”.</i></p> |
| 2.- ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las noticias que se presentarán en el noticiero? | <p><i>“Por lo general busco soluciones en los barrios de la ciudad, somos el enlace directo de la gente que quisiera hacer noticia y que no llegamos a donde ellos, entonces “Somos la voz de los que no tienen voz”, trasladamos ese requerimiento a las autoridades y buscamos que den atención.</i></p>   |



|  |  |
|--|--|
|  | <p><i>Todos los días en la temática de problemática nacional hablamos de inseguridad, buscamos encontrar soluciones no nosotros, sino que las autoridades entiendan que deben darlas, el tema de la falta de empleo que es grave.</i></p> <p><i>Son temas de diario hacer noticia, nunca aislamos el tema actividad, que generan como buenas fuentes de información, la Politécnica de Chimborazo, la Universidad Nacional de Chimborazo y sumado a ello el Ejecutivo con sus autoridades que en muchos de los casos han hecho poco o nada, pero esas son temáticas del diario vivir”.</i></p> |
| <p><b>3.- ¿Cómo equilibra la objetividad y la imparcialidad al informar sobre noticias controvertidas o sensibles?</b></p>                                   | <p><i>“Ecuánime en los criterios, con el respeto a la versión de la otra persona es posible que discrepe, sin duda alguna, pero, no puedo minimizar o desvalorizar la opinión del otro, si tengo una información compleja contraste, si esa es la versión de una persona la otra también tiene derecho a decir su versión.</i></p> <p><i>Al final yo no hago conclusiones, que el televidente en el caso de noticiero estelar es así, me parece que el que tiene la razón es el que tiene los documentos es tal persona”.</i></p>  |
| <p><b>4.- ¿Cuál es el mayor desafío que enfrenta al presentar noticias en vivo?</b></p>  | <p><i>“Captar sintonía no es fácil de mantener, yo hago espacio de noticias de 120 minutos diarios, los canales de televisión nacionales llegan a una hora. fuentes de información de todo el país tienen un equipo de reporteros y periodistas en no menos de 15 provincias del país.</i></p> <p><i>Aquí en Riobamba no resulta fácil, por el tema económico, disponer de cinco o de seis periodistas, pero con lo que tenemos hacemos esfuerzos y tratamos de cubrir todos los espacios”.</i></p>  |
| <p><b>5.- ¿Cómo maneja situaciones de crisis o noticias de última hora durante la emisión en vivo?</b></p>   | <p><i>“Sabido que hay una fuente confiable, es posible que a través de las redes sociales me digan que una persona muerta y resulta ser que la difundimos inmediatamente y resulta que no era real, era una noticia falsa. Imagínese el daño que le hacemos a la persona involucrada y luego la credibilidad.</i></p> <p><i>Entonces, no es que el sensacionalismo nos lleva a lanzarnos, verificamos la fuente y hacemos esa información y si es en vivo ahí hay un responsable hay una persona que está dando una versión y esa asume su responsabilidad”.</i></p>                           |
| <p><b>6.- ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al interactuar con los reporteros de campo, ciudadanía y corresponsales en vivo durante el noticiero?</b></p> | <p><i>“Vital para mí tienen el mismo lenguaje, les respeto muchísimo, no porque yo dirija las noticias yo soy el jefe para nada, el día en que hacemos equipo los resultados se evidencian siempre.</i></p> <p><i>En la comunicación no solo es el director, es el reportero de campo, corresponsal, asistente, etc. Todos son importantes”.</i></p>   |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>7.- ¿Cuál es su enfoque para mantener la atención y el interés de la audiencia durante todo el noticiero?</b></p>   | <p><i>“Un lenguaje asimilable de la misma población, no hay que rebuscar mucho vocabulario especial, la gente no se entiende hablando tal y como somos, además, se genera expectativas porque con la mitad de la noticia se puede hacer opinión, con un médico sobre un tema importante o un psicólogo que guíe a la juventud, debido a esto se ha considerado necesario la exposición del componente médicos dos días a la semana para el desarrollo de un segmento que cuente con la interacción del televidente”.</i></p>   |
| <p><b>9.- ¿Cuál es la satisfacción más grande que obtiene al presentar un noticiero estelar?</b></p>  | <p><i>“Poder ser la voz de esas personas que no tienen las posibilidades de acceder a un medio de comunicación. Hoy hemos decidido con el dueño del canal hacer los lunes la emisión estelar desde la calle.</i></p> <p><i>¡Qué lindo que se junten todos los vecinos de una parroquia y hablen de su tierra, de sus fortalezas, pero también de sus requerimientos, para que les escuchen las autoridades!</i></p> <p><i>Hay veces que debemos pagar un membrete de \$2.00 y nunca lo van a contestar, pero si en su tierra haciendo noticia y diciendo certeza le van a escuchar y le van a dar respuesta”.</i></p>  |
| <p><b>10.- ¿Cuál es su opinión con respecto a las noticias del medio tradicional que se está transmitiendo en un medio digital con respecto a la difusión de información?</b></p> | <p><i>“Permite llegar a otros sectores por ejemplo la señal de TVS es local. Pero qué apasionante saber en la cobertura del cantón Guano importante saber que tenía vecinos o a niños que se encuentran en Estados Unidos que están en España y emocionados veían a su tierra, su gente. Entonces, es vital las redes sociales bien manejadas, son un aporte muy significativo, pero también hay que tomar precaución</i></p> <p><i>. Recuerden que varias escenas de medios alternativos como el Tik Tok es una versión que alguien dice ser responsable, pero muchos la están mal utilizando, lo que más se ve es pornografía, insultos, agresiones y esta es un arma de doble filo para la sociedad. Quiénes más están en las redes sociales, sobre todo en Tik Tok, son los niños y esto pasa a ser un peligro”.</i></p> |
| <p><b>11.- ¿Por qué utilizan a plataforma de Facebook y no otras plataformas como Instagram, ¿Twitter, Tik Tok etc., para compartir el contenido informativo?</b></p>             | <p><i>“Porque es la única red en la que hay interés de la gente en ver programa sociales y noticias. A un joven no le interesa estar al frente de una pantalla recibiendo información. Pero, tenemos un público de 35 años en adelante que quiere saber qué pasa en su ciudad, provincia, parroquia.</i></p> <p><i>No necesariamente la voy a decir a través de Tik Tok, no voy a caer en el campo del sensacionalismo, la gente quiere saber qué pasa en la realidad. Todas las noticias que se difunden en este espacio del noticiero estelar son contrastadas, si alguien dijo y asumió responsabilidades por endilgarle la responsabilidad, esa persona puede venir sin necesidad de hacer</i></p>   |

|  |   |
|--|---|
|  | <i>solicitud sin el requisito del derecho a la réplica, por lo que sí respiramos un poquito de democratizar la comunicación”.</i> |
|--|---|

**Análisis**

Es un programa bastante detallista con las emisiones, la fundamental es la lectura, siempre tratan de generar interés en la audiencia con todas las noticias son controvertidas teniendo siempre fuentes confiables, tienen invitados de temas específicos y permiten interactuar con las sociedades, haciendo referencia a las problemáticas de los barrios, buscan ayudar a la ciudadanía. El trabajo es en equipo y los resultados se evidencian, mantener un lenguaje normal fundamental porque la gente entiende hablando normal, sin utilizar un vocabulario especial. El tema de las redes sociales, son buenas, pero siempre y cuando sean manejadas muy bien caso contrario es un arma de doble filo. Utilizan Facebook ya que es ahí en donde se encuentra la audiencia que le interesa conocer la noticia.

**Fuente:** Entrevista TVS canal 13

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Tabla 12.** Entrevista al gerente general de noticias de TVS canal 13

|   |  |
|---|--|
| <b>Nombre: Marcelo Pino</b>   | <b>Ocupación:</b> Gerente general de TVS   |
| <b>Canal :</b>  | TVS canal 13   |
| <b>Modalidad de la entrevista</b>   | Presencial   |
| <b>Pregunta</b>   | <b>Respuestas</b>  |
| <b>1. ¿Cuál es la visión, misión y estrategia para el canal de televisión que dirige?</b>                 | <i>“La misión es seguir sirviendo a la sociedad en la que me vio nacer buscando el bienestar de la gente que nos sintoniza tomas un medio de comunicación secular con principios cristianos”.</i>  |
| <b>2. ¿Cómo selecciona y adquiere información para transmitir en su canal?</b>                            | <i>“El celular nos une con todo el planeta, lo que nos viene acá es a través de las redes sociales, boletines de prensa, qué nos ponen en nuestros contactos entre ellos WhatsApp, Facebook etc. Nos ponen las invitaciones de eventos nosotros vamos a la Fuente, traemos información, editamos y mandamos al aire siempre y cuando guardando la responsabilidad ulterior”.</i> |
| <b>3. ¿Qué consideraciones tienes en cuenta al determinar la programación diaria o semanal del canal?</b> | <i>“En el medio de comunicación es verás y oportuno, es el que informa, educa y divierte. Entonces hay que hacer un análisis de la teleaudiencia, el target al que va dirigido, saber en dónde encaja cada programa, es decir una parrilla de programación”.</i>   |
| <b>4. ¿Cuáles son los desafíos más comunes a los que se enfrenta en la gestión del canal?</b>             | <i>“En lo económico las redes sociales, va a llegar un tiempo en que el inversionista o empresario se va a dar cuenta y regresar los ojos a los medios tradicionales que es la seriedad sin descuidar de las redes sociales porque ahora cogen un celular y empiezan a transmitir en vivo no desmerezco, pero han prostituido la información es duro ser imparcial”.</i>         |
| <b>5. ¿Qué medidas toma para mantener y aumentar la audiencia del canal?</b>                              | <i>“Es muy estratégico, saber si el programa pega o no, se vas sintiendo con la experiencia. De aquí</i>   |

|   |   |
|---|---|
|   | <i>han salido grandes personas, como seres humanos y como educadores”.</i>  |
| <b>6. ¿Cómo interactúa y colabora con productores y creadores de contenido para desarrollar programas de la emisión estelar?</b>                                | <i>“Yo converso y pongo en consideración y tomo una decisión, las reuniones las realizamos todas las mañanas, sobre todos los días lunes. ¿Qué vamos a hacer?”</i>  |
| <b>7. ¿Cuál es su enfoque en la incorporación de nuevas tecnologías y tendencias en el canal?</b>   | <i>Es importante mencionar que todo se va simplificando y esto se debe a la inteligencia artificial, pero esta inteligencia no puede superar a lo que Dios nos ha hecho, porque somos seres humanos para pensar y darnos cuenta”.</i>   |
| <b>8. ¿Qué diferencia considera que existe entre un medio digital y un medio tradicional con respecto a la difusión de información con el contenido social?</b> | <i>“En un medio digital que me garantiza que eso sea verdad, pero ya se van a normalizar y el que quiera utilizar estas plataformas va a tener que pagar por tener su responsabilidad ulterior en principios básicos va a ser regulado por el Consejo de Regulación y Comunicación de Yanine Cruz que este es el medio que nos controla”.</i> |
| <b>9. ¿Porque utilizan a plataforma de Facebook y no otras plataformas como Instagram, ¿Twitter, Tik Tok etc., Para compartir el contenido informativo?</b>     | <i>“Porque a través de Facebook tenemos más audiencia en el noticiero de la noche nos miran entre unas 300 a 400 y en línea abierta miles. Pero, voy a tratar de incrementar estas nuevas plataformas”.</i>   |

#### **Análisis**

Al conversar con el director, menciona que no porque sea el dueño, el dirige y tiene la razón en todo por lo que siempre realizan reuniones para saber que van a hacer y a donde van a ir para recolectar la información que va a servir para la programación, hace énfasis en la inteligencia artificial que bien es de gran ayuda, pero no recomendable.

El trabajar en equipo garantiza el éxito del trabajo, y se han ido tomando medidas para mejorar siempre, en este espacio, trabajar y ayudar a la ciudadanía es la satisfacción más grande tanto para el dueño como para los que conforman el canal.

**Fuente:** Entrevista TVS canal 13

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Tabla 13.** Entrevista al Docente del Instituto ISTR A

|  |   |
|--|---|
| <b>Nombre: Daniel Carrillo</b>                                 | <b>Ocupación: Docente Instituto ISTR A</b>  |
| <b>Licenciado:</b>   | Ciencias de la Comunicación Social  |
| <b>Modalidad de la entrevista:</b>                             | Presencial  |
| <b>Pregunta</b>  | <b>Respuestas</b>   |
| <b>1. ¿Usted Cómo considera que ha evolucionado los medios</b> | <i>“Si nosotros nos referimos a todo lo que corresponde a los medios de comunicación, el más reciente que se tuvo cuando pasamos por la pandemia es el COVID 19. Donde se incrementó el</i> |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>de comunicación a lo largo de los años?</b></p>  | <p><i>proceso de comunicación digital, dejando de lado a los medios tradicionales, para pasar al asunto digital, después de estar encerrados se desarrolla más el asunto digital, puesto que la internet en el aquel entonces fue el único medio que se mantuvo a nivel mundial para el proceso de comunicación.</i></p> <p><i>Ahora si regresamos años antes la televisión tradicional empieza a tener cambios desde 1995, desde ahí empezó ya más o menos a tratarse este cambio, pero no fue hasta el 2000 para adelante y en la época de pandemia en donde se desarrolla, se abre esas opciones, es decir, eso no solo el asunto tradicional ahora la televisión tradicional tiene que relacionarse con el estado.</i></p> <p><i>Porque ellos adquieren la frecuencia, reality, hasta hoy tiene sus procesos que no son fáciles de poder adquirir, pero con la virtualidad ahora es distinto tenemos la facilidad, el poder crear de forma gratuita o por pagos de streaming y poder empezar a transmitir programas, entonces esos cambios si se han venido mediando con el paso del tiempo por etapas del 2000, cuando llegamos a época de pandemia y ahí es lo que ahora nosotros tenemos.”</i></p>  |
| <p><b>2. ¿Cuál es el proceso de producción de un programa de televisión? desde el concepto hasta la emisión?</b></p> | <p><i>“El proceso de producción de un programa de televisión parte desde el estudio de un mercado, ahora la idea es por ejemplo yo quiero hacer un programa tengo mi idea pero tengo que establecer y conocer en qué momento se va a dar la hora el target, los segmentos con todo es bajo a un estudio de audiencia creo que esa es la pieza clave de todo si quieres realizar un programa tienes que saber, primero cuál es tu programa y que horario puede ser emitido y por ejemplo que hoy a diferencia que fue la televisión tradicional yo puedo elegir la hora y el lugar para ver ese programa.</i></p> <p><i>Anteriormente estábamos acostumbrados a una parrilla en donde tenías que esperar la hora y el día y no podías ver es más si te perdías ese programa, ya no había reprís en la mayoría de los casos, entonces el proceso de producción parte por la idea y luego esa idea es ir estructurando en base a las preferencias en cual yo puedo llegar entonces primero conocer mi público objetivo, en base a eso empiezo a trabajar ahora dentro de los elementos de producción.</i></p> <p><i>Una vez obtenida esta base fundamental, viene ya la preparación presentaciones, la elección de los conductores de acuerdo a como se vaya a manejar, cuantos programas la escaleta en sí. Entonces ahí se define tipo técnico de talento humano y que es lo que va a hacer cada uno de ellos y empieza a realizar los guiones, empiezas a trabajar ya el esqueleto total, lo primero que fue la idea y conocer mi público objetivo”.</i></p> |
| <p><b>3. ¿Cuáles son los desafíos que enfrenta la televisión en la era digital y en streaming?</b></p>               | <p><i>“El tiempo y la rapidez son los desafíos que se maneja, porque en la era digital por ejemplo los streaming a través de redes yo si no como usuario no me gusta yo deslizo y cambio porque no estoy obligado a consumir eso. Ahora lo subsiguiente es las redes sociales porque, es donde más se utiliza este elemento de trasmisión de comunicación rápida.</i></p> <p><i>Entonces a veces yo me puede detener a leer algo, pero si me llega un mensaje o estoy en un chat. ¿Qué prefiero? si no me atrae</i></p>  |

|   |   |
|---|---|
|   | <p><i>el programa no lo consumo, entonces aquí entra la palabra “tiempo” porque no es lo mismo que se ocupaba en la televisión tradicional a la televisión digital, son tiempos entonces ahí es el asunto donde es arriesgado por decir que si yo tengo mi medio digital en redes tengo ese riesgo de que alguien no le guste siga subiendo, deslizando.</i></p> <p><i>Hay otras plataformas como por ejemplo YouTube en donde ese espacio que igual en la televisión tradicional analógica es 24 horas al día y todo eso marco la era digital. Dentro de los desafíos que se considera que el tiempo y la importancia de lo que yo voy a transmitir, si no es importante no es relevante para mi público no lo consumimos”.</i></p>  |
| <p><b>4. ¿Cuáles son los géneros más populares en la televisión actual?</b></p>                         | <p><i>“Bueno, dentro de la televisión entra noticieros, magazine que son formatos de revistas a medidas de programas. Lo que hoy da peso es la variedad, podemos hablar de medios especializados solo deportes, farándula, películas.</i></p> <p><i>De hecho, existe, por ejemplo, contratas un paquete TV cable o televisión por pago va a encontrar programas que tienen un solo estilo, radios es igual. Entonces ya no son en gran cantidad. Así como era en nuestros tiempos. Lo que hoy representa es la variedad en noticieros, magazine, redes de revistas, programas como farándula, entonces la variedad es la que ahora próspera”.</i></p>   |
| <p><b>5. ¿Cuáles son los criterios que determinan el éxito de un programa de televisión?</b></p>        | <p><i>“Hay diferentes puntos de vista, por ejemplo, la importancia de que yo esté hablando eso es importante, si es relevante y considero grupo mayoritario a ese grupo le puede gustar algo, que a veces no se toma en cuenta, es trabajar para un público objetivo y que se puede afectar, entonces muchas veces mal direccionamos porque, no puedes abarcar a todo mundo, cada quien tiene distintos gustos, pero si tienes un público objetivo trabajas para ese público.</i></p> <p><i>Por ejemplo, haces ese programa de autos que le gusta las carreras y todo, pero si pienso llegara a todo mundo y me olvido del público objetivo voy a divagar no voy a llegar a mi objetivo, lo que debo centrarme aquí es a las personas que si les gusta o hay otras que se van a unir, eso es en el transcurso del tiempo es como magia que sucede en la televisión y en todo. Por lo tanto, va a vincularse, pero primero trabaje con un público y eso será mi único objetivo”.</i></p> |
| <p><b>6. ¿Cuáles son las diferencias clave entre la televisión en vivo y la televisión grabada?</b></p> | <p><i>“Cuando se hace un programa en vivo te la juegas todo, es el tiempo si hay problemas hay que buscar soluciones, no te puedes dar el tiempo de equivocarte o retrasarte o decir detengamos de la trasmisión en vivo. Entonces tienes que estar al tanto de todo.</i></p> <p><i>Del presentador, equipo técnico, cámaras, luces y que todo esté funcionando a medida del desarrollo del programa eso es un peso bastante arriesgado, porque si algo falla tienes que estar preparado para dar solución, y si no tenemos esa oportunidad de solucionar técnicamente algún problema o te sucede algo por ejemplo dentro de una entrevista sucede algo con el entrevistado y estas en vivo como sobrellevas ese momento de los programas, esas son las improvisadas que te pasa en una emisión en vivo.</i></p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p><i>Ahora el pre-grabado te da la oportunidad de descansar, reposar si algo está mal te das el tiempo de decir, bueno hay solución a esto puedo, parar el rodaje o la grabación y listo.</i></p> <p><i>Solventamos ese problema y seguimos, hay una mejor coordinación algo más tranquilo, si es a un programa donde hay invitados te das el tiempo para que se calmen, porque a veces cuando alguien está frente algún programa se pone nervioso no le gusta o cosas así. Te das la oportunidad de libertad, descanso en donde puedes solventar problemas y la emisión en vivo es que tienes que ser a todo problema tienes que saber dar solución ”.</i></p>  |
| <p><b>7. ¿Cómo se mide la audiencia de televisión y cuál es su importancia para los anunciantes?</b></p>                                       | <p><i>“En este caso hay metodologías que se deben aplicar y aquí hay empresas que trabajan por el consumo de cada uno de los programas y de acuerdo al que se adopte, es decir, consultan con algún programa que se debe realizar cada cierto tiempo. Hoy existe una variedad de elementos que te ayudan a poder medir la evidencia que tiene tu programa o contiene el canal entorno a la aceptación del público.</i></p> <p><i>Ahora también hay a la margen de error, no todos están a favor o algo por amistad son estos elementos fundamentales para conocer, como esta que hay que cambiar, eso debe estar en el proyecto cuando tu partes de un proyecto debes darte tiempo meses puede ser trimestral, semestral, anual y en donde tu estableces un elemento de medida de cómo esta, cómo ha avanzado y cuál es la aceptación del público, muchas veces y hoy por hoy a través de las redes todo mundo dice un like o una ración pero no son elementos precisos, porque puedo porque si ya.</i></p> <p><i>Entonces, tienen que ser mecanismos para realmente conocer como este si está llegando no lo que realmente necesita conocerse un programa o el medio en general entonces ahí buscas las estrategias y mecanismos metodológicos para llegar a eso ”.</i></p>  |
| <p><b>8. ¿Qué diferencia considera que existe entre un medio digital y un medio tradicional con respecto a la difusión de información?</b></p> | <p><i>“Hay varias diferencias con los medios tradicionales por el tiempo que tienen ya montados su estructura física. Tienen un desarrollo como elementos y movimientos de cámaras, procesos de iluminación, sets. La dirección digital hay algo particular aquí que muchas veces te encargas de acomodar tu set, tienes un juego de iluminación, empezamos desde lo más fácil el asunto de cámaras consigues un mix y empiezas hacer ti rajé de cámaras, pero aquí hay algo trato de dar a conocer como por ejemplo dar a conocer el audio muchas veces se trabaja para una sala que pata una emisión de internet ahí es muy distinta y también los trabajos de imagen.</i></p> <p><i>Entonces la trasmisión no es lo mismo que una televisión local que trabaja con frecuencia, al asunto digital porque acá hablamos del consumo de internet, de la velocidad. Si eso no solventa van a presenciar lo que normalmente se ve, algo entrecortado, a veces no se escucha bien, el manejo técnico incide bastante para la trasmisión de la televisión digital con referencia a la analógica.</i></p> <p><i>Ahora no dijo que siempre sea así hay canales digitales en donde su infraestructura esta adecuada a los estándares de un set de televisión, incluso a la parte de audio que te cuento entonces a ello se necesita inversión, pero ahora a través de que plataforma yo voy</i></p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p><i>a dar de conocer mi programa y si nosotros analizamos, somos consumidores bastantes rápidos y si algo está mal cambiamos. Antes el televisor hacía que te sientes y disfrutabas de eso y ahora el celular, si estas en alguna conversación pierdes estabilidad y es allá a donde te vas a inclinar, entonces esos elementos entran a juego acá”.</i></p>  |
| <p><b>9. ¿Qué elemento se toma en cuenta al momento de emitir una noticia a través de un medio digital?</b></p>                                 | <p><i>“Tradicionalmente nosotros conocemos desde el campo periodístico para poder transmitir una noticia debe estar contrastada, en el caso de la televisión se diferencia bastante con el formato de periódico, en el periódico tenemos el titular el lead el cuerpo y el cierre. Tienes la libertad para responder las cinco preguntas tradicionales que existe en lead, esto es tiempo y espacio.</i></p> <p><i>La televisión es el titular y el lead debe estar al contado absolutamente todo del desarrollador de este elemento debe contar que segundos 30 a 45 segundos bastará para informar una persona y se podrá dar emisiones o elementos más detallados dependiendo la información la nota ejemplo si hoy me llegase Guillermo Lasso en la mañana los medios diría va a llegar, entonces te envían la nota, hicieron las tomas de 30 segundos después detallarán el tiempo más amplio para las entrevistas, versiones de asuntos de importancia entonces ahí juega el interés y la importancia de la noticia”.</i></p> |
| <p><b>10. ¿Cuáles son las técnicas que se debe utilizar para un mejor manejo de información en las redes?</b></p>                               | <p><i>“El multifuentismo es uno de los términos o temas que conocimos desde las bases de formación porque para yo poder dar una noticia debo contrastarla, ahora bien, yo te hablo de unos 10 a 12 años atrás en donde no había redes hoy por los medios se han digitalizado lleva a cometer un error.</i></p> <p><i>Se lleva la inmediatez si yo quiero hacer el primero ya que ese es el juego, esto permite cometer errores y podrá haber gente que esté a favor o en contra, pero muchas de las veces esos errores se pasan por alto porque no hay un elemento de censura, a diferencia de otros canales donde sí existen leyes. Por lo que, considero que la carta de presentación del periodista es la credibilidad y si te equivocaste tu público va a perder interés”.</i></p>  |
| <p><b>11. ¿Qué tipos de estrategias se debe utilizar en un medio tradicional y digital para llamar la atención del público audiovisual?</b></p> | <p><i>“Para llamar la atención del público no solamente cuenta los regalos. Se parte por los gustos del público, satisfacer sus necesidades comunicacionales e ir directo al grano, entonces la confiabilidad que tú ofertes a tu público es la base principal, llama la atención porque aquí me hablan de lo que es y a veces se dice que me gusta el programa, porque me gusta del tema, hablan expertos y van nutriendo si se enfocan en estructurar, muy bien el programa detalla técnica e informativamente. Entonces al público, por sí solo va a seguir recomendando, ahí sí viene la idea de incentivar al público pero los incentivos no tienen que ir a medida de no lanzarse así por así”.</i></p>   |
| <p><b>12. ¿Qué tipo de fuente considera usted necesaria para un correcto tratamiento informativo?</b></p>                                       | <p><i>“Fuentes directas e institucionales de acuerdo al lugar y contexto de la noticia, mientras más argumentado esté van a tener mejor veracidad. Aquí es importante el tiempo, sobre todo para manejar una agenda de contactos, mientras se tengan esos elementos a favor estamos al otro lado”.</i></p>  |



**13. ¿Qué postura debe utilizar un presentador al momento de emitir información?**

*“Neutralidad claro esto no solo del presentador, porque detrás de él están los directivos que también inciden y qué tipo de noticia pueden pasar, a veces es complicado porque cuando se está en los campos de formación, te dicen que el periodista por todos lados tiene que ser imparcial, pero cuando sales y estás en las esferas del trabajo profesional, te topas con que tu jefe no le gusta lo que vas a decir o te limita acerca de cualquier tema.*

*Entonces de él se limita a lo que le mandan y si no te gusta ejercer esto pues te mandan del trabajo entonces, son estos detalles los que no vemos sobre todo cuando estuvimos en la formación. Siempre vimos en los debates el periodista se debe mostrar su lado Imparcial, pero en la profesión hay cosas que no nos gusta hacer, pero nosotros tenemos que hacerlo, estamos atados, es uno de los problemas que se ha tenido, porque quién está atrás de los medios están en poderes económicos altos o en poderes políticos”.*

**Análisis**

Para que una persona pueda realizar o distribuir el contenido tiene que utilizar la neutralidad ser claros y buscar el multifuentismo sobre todo en lo oficial ser directos, así vamos a tener más veracidad en la transmisión que queremos dar a conocer, en la comunicación tradicional existen varias trabas en este caso podemos hablar de las técnicas o estrategias que se utilicen dentro de este.

Para la transmisión en vivo, se necesita tener la experiencia y conocimiento suficientes para poder solventar dentro de una emisión, caso contrario esto lo llevaría a un fracaso, los programas deben estar ubicados de acuerdo a un target para saber en qué horario dar a conocer las diferentes temáticas.

En el medio digital se difunde la información con brevedad, pero no siempre tenemos la confiabilidad de saber que son fuentes confiables y sobre todo que la información sea contrastada, señala que la virtualidad empezó a ejercer de manera sorprendente a partir de la pandemia. Ya que ahí, se hizo más uso de esta tecnología tanto para clases, como para trabajos y hoy en día estamos viendo ya lo que es la inteligencia artificial.

**Fuente:** Entrevista instituto ISTR

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

### 4.3 DISCUSIÓN

Los canales de difusión TVS canal 13 y Ecuavisión canal 29, son noticieros situados en la ciudad de Riobamba que cuentan con un formato específico de desarrollo en la búsqueda de información, redacción y emisión al público televidente, identificando dentro de los mismos las temáticas, géneros periodísticos y tipos de fuentes abordados dentro de la emisión de información, siendo en su mayoría la exposición de reportajes, enfocados en temáticas diferentes.

El reportaje periodístico es la ampliación y profundización de un mensaje de interés general. La inmediatez en este género no tiene relevancia, puesto que el tema ya es conocido por la gente, se retoma y profundiza a través de una investigación exhaustiva en la adquisición de diferentes puntos de vista, permitiendo al lector sacar sus propias conclusiones. (Cortés, 2023)

Acorde a lo expresado por la investigación del noticiero televisivo (Nuñez, 1995) en su artículo explica que el tratamiento informativo debe tener principios de veracidad, debido a que la noticia se enfoca precisamente a los asuntos relevantes con el apoyo de entrevistas y reportajes sobre los eventos que hacen historia en la ciudad.

Considerando las investigaciones, métodos de estudio y análisis el tratamiento informativo en la investigación se evidenció las temáticas sobre social, político, económico, cultural, salud, educación, ambiente, crónica policial, crónica roja, deportes, seguridad y cultura que utilizó cada medio, con el fin de informar a la ciudadanía dentro y fuera del país.

Los resultados con respecto a TVS canal 13, demuestra que el ámbito social tiene más frecuencia en septiembre y octubre con el 19%, en agosto salud con el 14%, política con más difusión en septiembre con el 8%, seguridad en diciembre con el 8%, en julio y agosto educación con el 6%, crónica policial en agosto con el 4%, ambiente en julio y septiembre con el 3%, economía en octubre con el 3%, cultura en octubre con el 2%, la crónica roja en noviembre con el 2%, y deportes en agosto, noviembre y diciembre con el 1%.

Mientras que la evaluación transcurrida dentro de Ecuavisión canal 29, resalta que la temática con más trascendencia es lo social, en agosto con el 30%, seguridad en octubre con un 20%, político en noviembre con el 10%, salud con 5% en agosto y diciembre, en septiembre con el 5%, crónica policial en diciembre con el 5%, educación en septiembre, octubre y diciembre con el 4%, deporte con el 2% en agosto, económico en agosto y octubre con el 2% la crónica roja en septiembre y diciembre con el 1%, finalmente cultura no tienen ningún dato en este periodo.

En cuanto a las fuentes y tipos de fuentes (Ruiz, 2008) en su experiencia sobre investigación mencionó, que el mismo periodista puede servir como fuente, siempre y cuando haya sido testigo directo del hecho. En este se debe aplicar objetividad y rigor informativo.

Entonces, se utilizan como fuentes las publicaciones, registros oficiales o documentos de otros tipos ya que estos proporcionan información oportuna sobre un tema determinado.

Con base a lo expuesto por Ruiz, los tipos de fuentes en TVS canal 13, se identificó que el unifuentismo prevalece en agosto con el 35%, fuente oficial en agosto con el 32%, fuente no oficial en noviembre con el 17%, el multifuentismo en diciembre con el 12% y finalmente el bifuentismo en julio con el 4%. A diferencia de Ecuavisión canal 29, en septiembre la fuente oficial con un 37%, el unifuentismo en septiembre con un 35%, multifuentismo en noviembre con un 11%, el bifuentismo en julio y octubre con un 4%, el no oficial en octubre, noviembre y diciembre con el 3%.

Los géneros periodísticos, dentro del periodismo existen tres géneros los cuales se clasifican en informativo, de opinión e interpretativo. En cada uno de ellos se dan distintos subgéneros de esta manera se da a conocer las noticias (Gutiérrez, 2011).

Con respecto a lo que mencionó Gutiérrez en los géneros periodísticos, y con base a la investigación se destacó más el reportaje en agosto con el 37%, la entrevista en noviembre con el 19%, opinión en octubre con el 18%, el reporte en agosto y octubre con el 8% para cada uno, finalmente la noticia en septiembre con el 10%. Mientras que en Ecuavisión el género más utilizado es el reportaje en octubre con el 36%, la noticia en septiembre con el 28%, reporte en agosto con el 21%, la entrevista con el 5% en el mes de julio, octubre y diciembre.

Por consiguiente, el análisis de contenido es una técnica de investigación para expresar relaciones identificando de manera ordenada y equitativa algunas características dentro de un texto, que permite interpretar textos, escritos, videos, etc. Esto ayuda a tener una mejor visualización ante ciertos datos para fortalecer la investigación con análisis de cada uno. (Agudelo Viana, 2008).

Con respecto a lo que mencionó Agudelo, se realizó un análisis del contenido de Facebook de la fan page TVS canal 13. Se observó que en octubre se tuvo más acogida tuvo con la audiencia llegando a las 92111 reproducciones, visualizaciones con 91810 en octubre, el número de reacciones en octubre con 928, comentarios con 301 en noviembre y el número de compartidas con 194 en octubre.

Por el contrario, Ecuavisión en la observación de contenido alcanzó a 1314 de visualizaciones en julio; las reproducciones con 1005 en octubre, comentarios en octubre y diciembre con 58 a cada uno, reacciones se refleja en octubre con 90, finalmente el número de compartidas con 12 en septiembre, es decir que en facebook si tiene buena audiencia.

Lo expresado por el presentador de noticias de Ecuavisión canal 29 Lcdo. Alexander Colcha, pone en evidencia que todo el equipo siempre está al tanto de las actividades que se realizarán, tratan de sacar los registros más importantes sobre todo con la comunidad porque se trata de la provincia, mencionó que ha realizado entrevistas con diversos partidos. Dijo

que no ignoran las noticias nacionales e internacionales. En cierto modo, manifestó que las redes sociales también son de mucha ayuda debido a la inmediatez que manejan, siempre y cuando la fuente sea verídica.

Mientras tanto el Lcdo. Juan Salazar López presentador de noticias de TVS canal 13, explicó que TVS es un canal bastante detallista con las distintas emisiones, sobre todo señaló que la lectura es fundamental porque genera interés en la audiencia, así es que todas las noticias son controvertidas teniendo siempre fuentes confiables.

Además, afirmó que tienen invitados sobre temas específicos que les permiten interactuar con la comunidad, referirse a temas ambientales y tratar de ayudar a los vecinos. Se entiende que se trabaja en equipo y los resultados se ven claramente. Mantener un lenguaje normal es importante porque las personas entienden hablando con normalidad, sin utilizar vocabulario especial. El tema de las redes sociales, son buenas, pero siempre y cuando sean manejadas muy bien, caso contrario es un arma de doble filo.

Al conversar con el gerente general de noticias de TVS canal 13 Ing. Marcelo Pino, comentó que siempre realizan reuniones para saber que van a hacer y a donde van a ir para recolectar la información que va a servir para la programación; hace énfasis en la inteligencia artificial que bien es de gran ayuda, pero no recomendable. El trabajar en equipo garantiza el éxito del trabajo, se ha ido tomando medidas para mejorar siempre, en este espacio trabajar y ayudar a la ciudadanía es la satisfacción más grande tanto para el dueño como para los que conforman el canal.

Por otro lado, el Lcdo. Daniel Carrillo Docente del Instituto ISTRÁ, expresó que para que una persona pueda crear o distribuir contenido debe permanecer neutral, ser claro y esforzarse en utilizar múltiples fuentes, especialmente en asuntos oficiales, ser directo para que tengamos más verdad en la transmisión que queremos hacer.

Se sabe que existen una serie de obstáculos en la comunicación tradicional, en cuyo caso podemos hablar de los métodos o estrategias que se utilizan en esta. Para la transmisión en vivo es necesario tener suficiente experiencia y conocimiento para poder resolverlo dentro de la transmisión, de lo contrario conducirá al fracaso.

## CAPÍTULO V.

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 CONCLUSIONES

- La revisión e investigación bibliográfica impulsó a la identificación de los medios de comunicación analizados, TVS canal 13 y Ecuavisión canal 29. La información proporcionada por los instrumentos de investigación aportó lo necesario para definir el tratamiento informativo dentro del noticiero estelar, temáticas, tipos de fuentes, género periodístico y tiempo que establecen los medios de comunicación en el noticiero, entendiendo que para una correcta difusión de información es indispensable fuentes comprobables y oficiales.
- La identificación de los formatos utilizados en noticieros estelares, permitió estar al tanto de los diferentes géneros periodísticos que se han dado a conocer dentro del noticiero, los más relevantes dentro de este medio son los reportes y espacios publicitarios. Los géneros periodísticos son aplicados con la finalidad de mantener la atención de la audiencia cumpliendo con el rol completo de la comunicación, logrando un entendimiento e interacción del televidente con el medio.
- Se ha elaborado un manual de redacción y estilo sobre el tratamiento informativo del noticiero, en donde se dio a conocer el objetivo del noticiero, el lenguaje utilizable, la presentación de conductores, estructura del noticiero, coberturas en vivo, utilización de material multimedia para la mejora de la nota televisiva y el tiempo establecido para el abordaje de cada temática.

#### 5.2 RECOMENDACIONES

- El presente trabajo demuestra la importancia de un conocimiento previo del investigador, en donde el mismo pueda encontrar información sobre las características de los noticieros estelares, sus temáticas, tipos de fuentes y tiempos, incentivando que el lector y los estudiantes sean capaces de tener las bases acerca del desarrollo y características necesarias para la emisión de un segmento televisivo, dando un entendimiento correcto de cómo se realiza la recolección de información sin caer en la estafa de que esta pueda ser falsa, sin perder la credibilidad.
- Dado el papel influyente de los medios de comunicación en la emisión de información de trascendencia y de exposición diaria, es necesario el desarrollo de un formato específico para los noticieros estelares, ayudando de manera directa al lector, investigador o estudiante, siendo capaz de entender y comprender los géneros periodísticos necesarios para captar la atención y entendimiento del televidente.
- Se recomienda que además de la creación de este tipo de manual generado por medio de esta investigación, el mismo sea pulido y perfeccionado dentro de las

aulas de clase, para que los estudiantes, futuros comunicadores sean capaces de entender de manera concreta las características de los noticieros televisivos, involucrándose de manera directa junto con el docente a cargo a ser capaces de investigar, entender y comprender de manera precisa sobre las características necesarias para el desarrollo de un noticiero estelar que no sea repetitivo ni aburrido, teniendo una orientación sobre la práctica profesional al momento de generar y desarrollar guiones, investigaciones, y segmentos para las notas periodísticas con temas y características diferentes.



# Índice

|   |    |
|---|----|
| 1. MANUAL DE ESTILO PARA EL NOTICIERO DE TELEVISIÓN |    |
| INDICE  | 01 |
| 1.1 INTRODUCCIÓN                                    | 02 |
| 1.2 OBJETIVOS                                       | 04 |
| OBJETIVO GENERAL:                                   | 04 |
| OBJETIVO ESPECÍFICO:                                | 04 |
| 2. ¿QUÉ ES UN MANUAL?                               | 05 |
| 3. ¿QUÉ ES UN MANUAL DE PROCESOS?                   | 06 |
| 4. DIAGRAMA DE FLUJO                                | 07 |
| 5. FLUJODIAGRAMACIÓN                                | 07 |
| 6. SIMBOLOGÍA                                       | 08 |
| 7. MANUAL DE PROCESOS                               | 09 |
| 8. GLOSARIO   | 12 |
| 9. REFERENCIAS                                      | 14 |

---



# 1.PROCESO DE PRODUCCION DE UN NOTICIERO DE TV

## 1.1 Introducción

Un manual de procesos permite tener una visión global de la organización, ya que expresa gráficamente las conexiones entre actividades y permite hacerse una primera idea de los procesos que se desarrollan en ella. Exponer la estructura de los procesos utilizados para crear y producir noticias para televisión. Seguir los pasos, garantiza la calidad e integridad de la forma en que se debe escribir una nota o mensaje y proporciona a los lectores o espectadores información precisa y relevante para la toma de decisiones. Los diagramas son representaciones gráficas de procesos y son una herramienta muy útil para examinar y analizar de cerca los procesos e identificar qué aspectos se pueden mejorar.

---

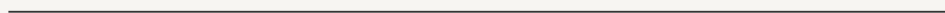
# 1.2 Objetivos

## 1.2.1 Objetivo General:

Facilitar una guía detallada sobre cómo escribir mensajes eficaces y precisos.

## 1.2.3 Objetivo específico:

Garantizar la calidad e integridad de la información que comparte con el público.



## 2 ¿Qué es un manual?

Un manual es un libro o folleto que recopila los aspectos básicos y esenciales de las actividades de una organización. Permiten comprender cómo funciona algo o acceder al conocimiento sobre un tema o problema de forma organizada y concisa. (Olvera, 2021)

Son documentos que contienen de manera ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre la historia, políticas, procedimientos y organización de una organización social, que se consideran necesarias para el mejor desempeño posible del trabajo. (Duhalt, 2014)

## 4. Diagrama de flujo

Son una representación gráfica de la secuencia de pasos o procedimientos realizados en un proceso, mostrando claramente las actividades o en muchos casos las áreas donde puede haber ciertas deficiencias que se pueden corregir. (Ortiz, 2016)

## 5. Flujodiagramación

La ficha de diagrama contiene un diagrama de flujo de actividades de los procesos, en forma de una lista de todas las actividades según su orden y secuencia en el proceso, pero en forma de símbolos o gráficos que puedan entenderse por otras personas. (Ortiz, 2016)

---

### 3. ¿Qué es un manual de procesos?







Un manual de procesos, también llamado manual de procedimientos, es un manual que facilita la gestión, se determinan, políticas, reglamentos, disposiciones, sanciones y todo lo relacionado con la gestión de la empresa. Esta guía debe estar escrita en un lenguaje sencillo, claro y lógico. (Vergara, 2017).

Entonces el manual de procesos, es una recopilación en forma de texto que contiene de forma minuciosa y detallada las instrucciones que se deben seguir para realizar una actividad específica, de manera sencilla para que sea fácil de entender y permita al lector realizar correctamente la actividad propuesta.

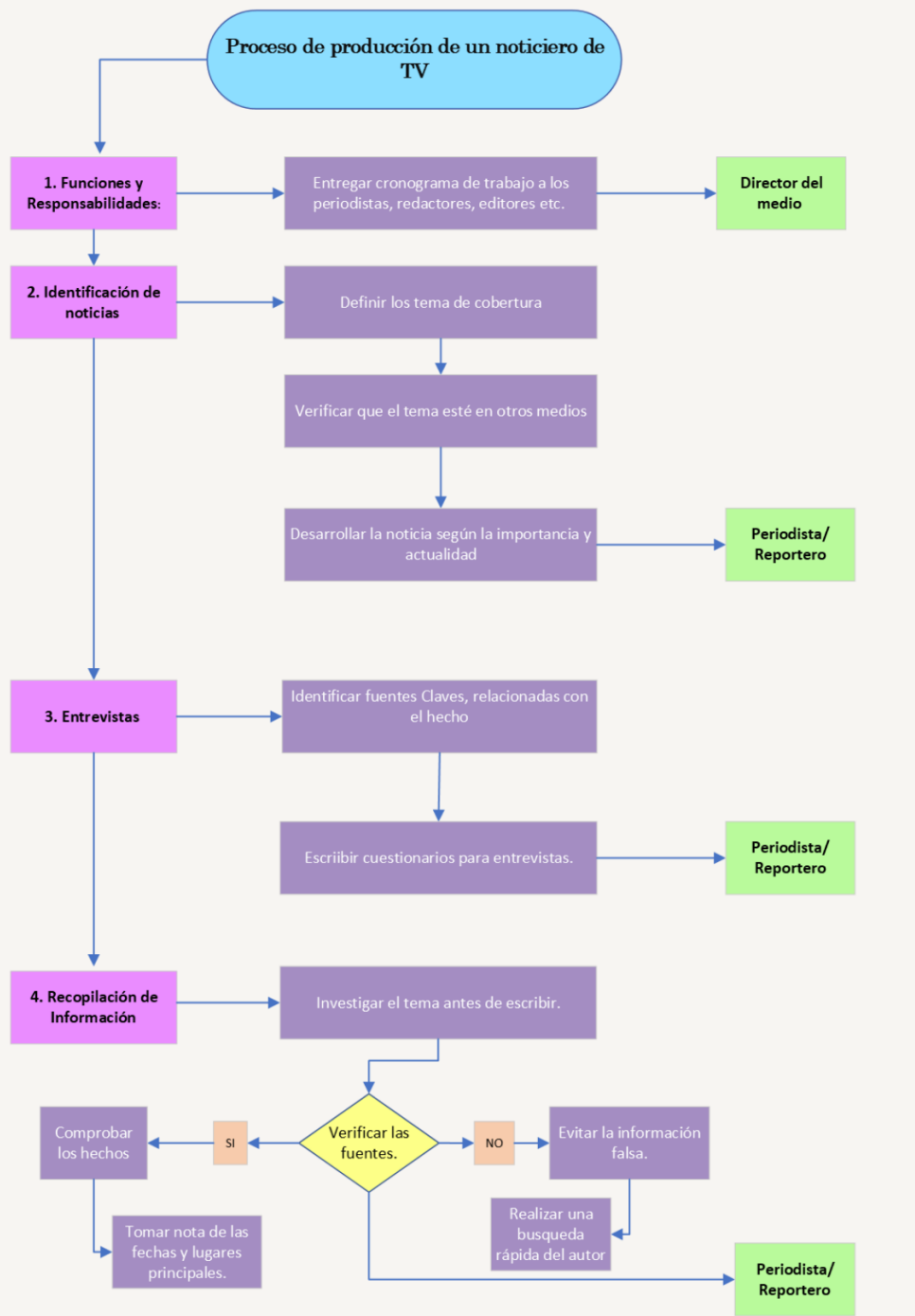
Es una herramienta que permite a una empresa combinar una serie de actividades encaminadas a mejorar la organización dentro de ella, y además se esfuerza por ofrecer a los clientes un servicio de calidad, buscando con ello alternativas para mejorar la satisfacción del usuario. (Castro, 2017)

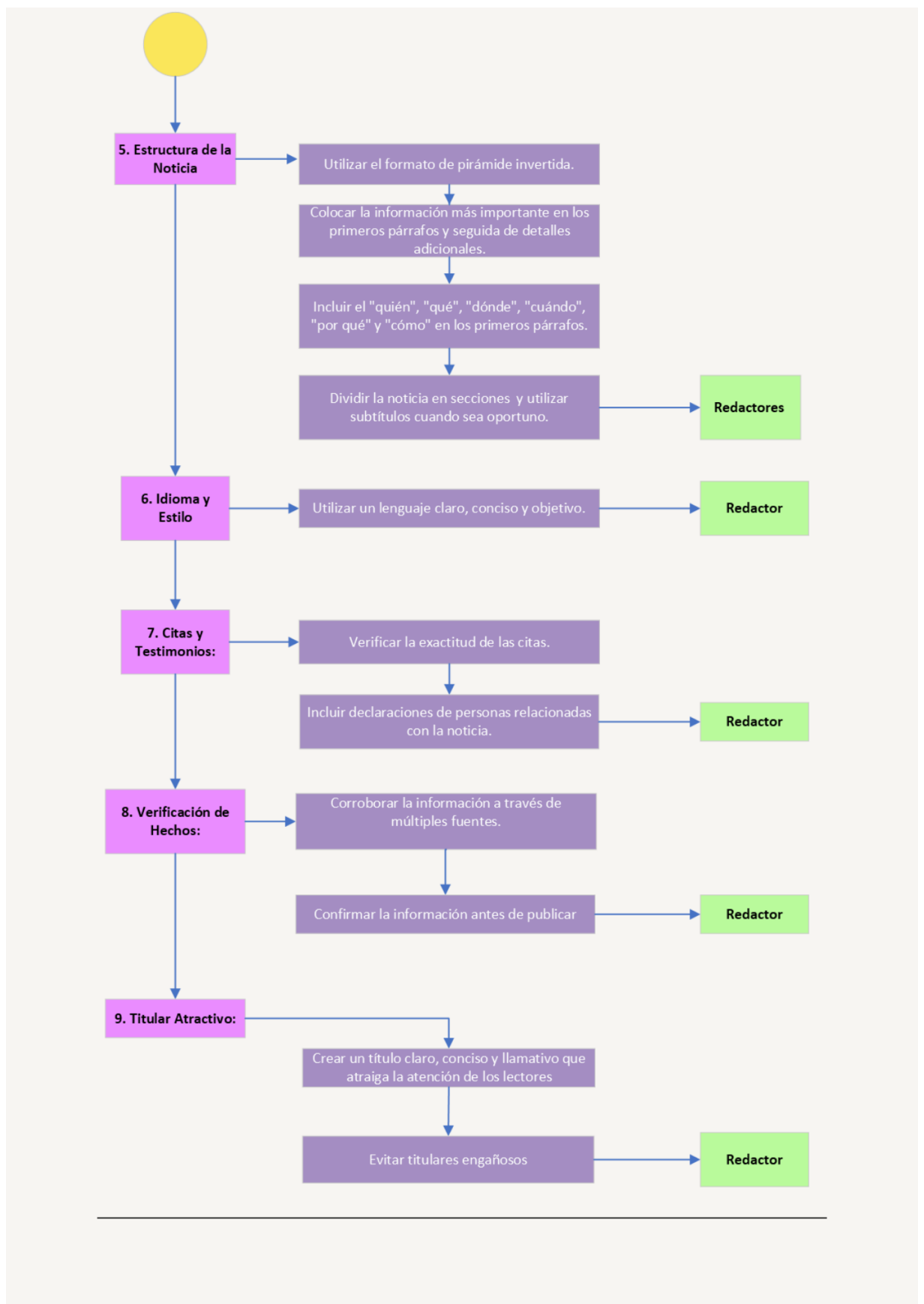
---

# 6. Simbología

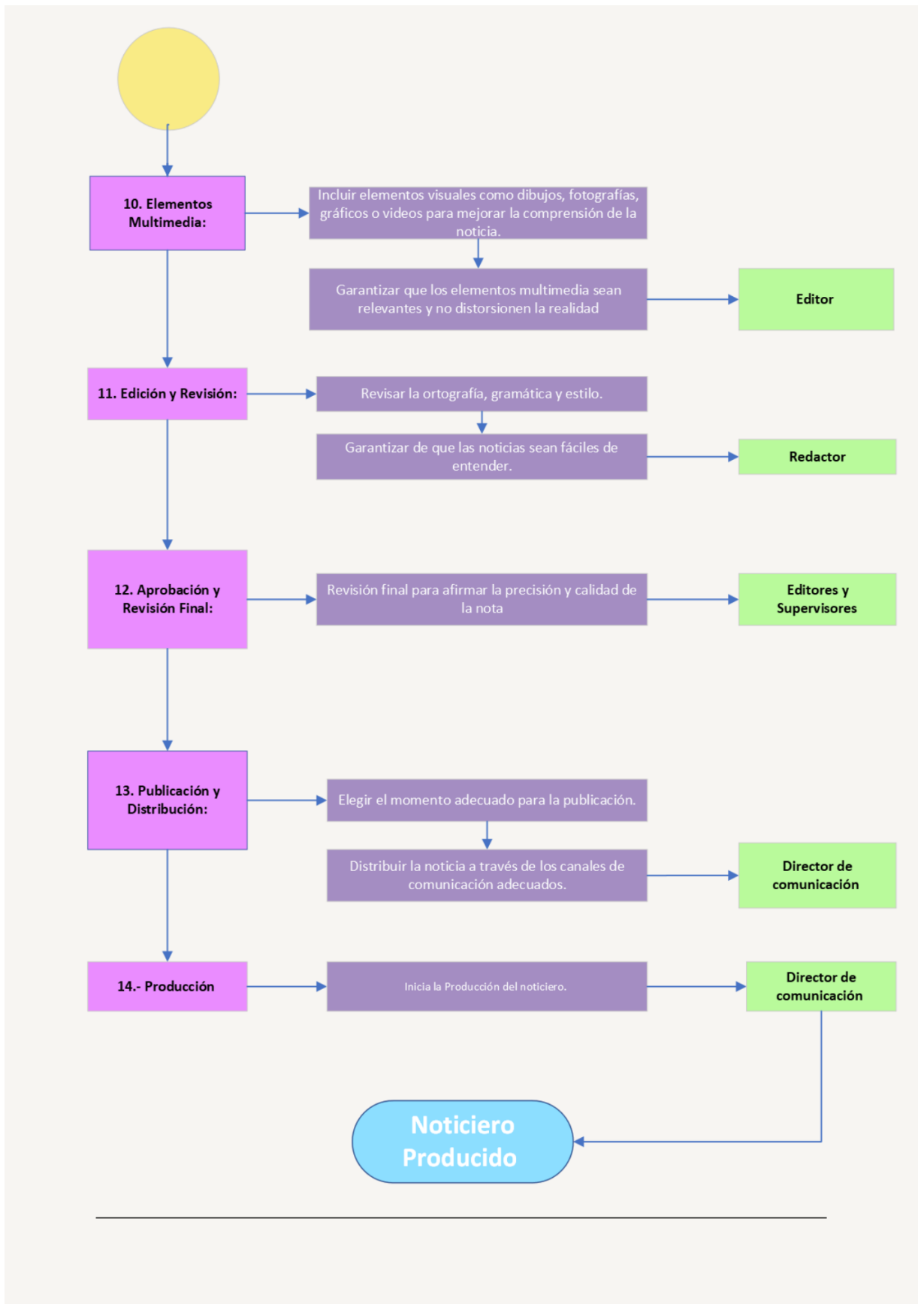
| NOMBRE              | FUNCIÓN   | SÍMBOLO   |
|---------------------|---|---|
| Terminal            | Indica el inicio o fin del proceso  |    |
| Proceso             | Indica la actividad u operación que se va a realizar.   |    |
| Decisión            | Indica un punto del proceso en donde se debe tomar una decisión entre dos alternativas.                   |  |
| Documento           | Indica el documento utilizado en el proceso.  |  |
| Conector            | Indica una conexión o enlace de una parte del diagrama con otra muy lejana.                               |  |
| Dirección del flujo | Conectar los símbolos señalado el orden e que deseen ejecutarse las tareas en el proceso o procedimiento. |  |

# 7. Manual de Procesos









# 8.GLOSARIO

- **Tratamiento Informativo:** Para (Núñez, 1995) Función del periodista que esta e constante evolución con los hechos sociales, ya que es el agente dispuesto para informar utilizando un adecuado uso de los medios y herramientas comunicativas, las ordena en el espacio o tiempo, con la aplicación de ciertas reglas para las transmisión de los mensajes, el tratamiento informativo debe basarse en principios de veracidad, pluralidad, imparcialidad, presión, utilidad y aplicabilidad concretando a un estilo creativo de ingenio y personalidad. (pg.95)
  - **Noticia:** f. Información sobre algo que se considera interesante divulgar (RAE, Noticia, s.f.)
  - **Estelar:** adj. Extraordinario, de gran categoría. (RAE, Estelar, s.f.)
  - **Temáticas:** adj. Que se arregla, ejecuta o dispone según el tema o asunto de cualquier materia. (RAE, Temáticas , s.f.)
  - **Social:** adj. Perteneciente o relativo a la sociedad. (RAE, Social, s.f.)
  - **Género periodístico:** Son el resultado de un proceso histórico ligado a la propia evolución del concepto de periodismo. (Red, 2012)
  - **Reporte:** m. Noticia, informe. (RAE, Reporte, s.f.)
  - **Reportaje:** m. Trabajo periodístico, cinematográfico, etc., de carácter informativo. (RAE, Reportaje, s.f.)
  - **Fuentes:** f. Persona o cosa que proporciona información. (RAE, Fuente, s.f.)
  - **Streaming:** Streaming es un término usado para definir la visualización de videos y audio en tiempo real. (Poor, 2019)
  - **Periodismo transmedia:** Forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios. (UNIR, 2021)
  - **Virtualizar:** es una tecnología que se puede usar para crear representaciones virtuales de servidores, almacenamiento, redes y máquinas físicas. (AWS, 2023)
  - **Multimedia:** adj. Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información. (RAE, Multiedia, s.f.)
  - **Citas:** tr. Referir, anotar o mencionar un autor, un texto, un lugar, etc., que se alega en lo que se dice o escribe. (RAE, Citar, s.f.)
  - **Testimonios:** . m. Atestación o aseveración de algo. (RAE, Testimonio , s.f.)
  - **Entrevistas:** tr. Mantener una conversación con una o varias personas acerca de ciertos extremos, para informar al público de sus respuestas. (RAE, Entrevistar, 2001)
-

# 9. Referencias

- AWS. (2023). ¿Qué es la virtualización? Obtenido de Amazon: <https://aws.amazon.com/es/what-is/virtualization/#:~:text=La%20virtualizaci%C3%B3n%20es%20una%20tecnolog%C3%ADa,en%20una%20%C3%BAnica%20m%C3%A1quina%20f%C3%ADsica.>
- Núñez, L. (1995). Introducción al periodismo escrito. Barcelona: Ariel, D.L.
- Ocampo, L. (2022). “La inmediatez de los medios digitales no debe suponer ninguna traición ni a la ética ni a la deontología periodística”. Obtenido de Unir La universidad e Internet: <https://www.unir.net/derecho/revista/comunicacion-terrorismo/>
- Olvera, D. (2021). ¿Qué es y cómo hacer un manual de procedimientos? Obtenido de Coparmex Jalisco: <https://coparmexjal.org.mx/entorno-empresarial/que-es-y-como-hacer-un-manual-de-procedimientos/>
- Poor, A. (2019). ¿Qué significa exactamente streaming? Obtenido de Academy: <https://www.avast.com/es-es/c-what-is-streaming#:~:text=El%20streaming%20es%20un%20tipo,a%20los%20horarios%20del%20proveedor.>
- RAE. (2001). Entrevistar. Obtenido de [entrevistar | Diccionario de la lengua española | RAE](https://www.rae.es/drae2001/entrevistar): <https://www.rae.es/drae2001/entrevistar>
- RAE. (2002). Evolucionar . Obtenido de [evolucionar | Diccionario de la lengua española | RAE](https://www.rae.es/drae2001/evolucionar): <https://www.rae.es/drae2001/evolucionar>
- RAE. (s.f.). Audiovisual . Obtenido de [audiovisual | Definición - Diccionario de la lengua española: https://dle.rae.es/audiovisual](https://dle.rae.es/audiovisual)
- RAE. (s.f.). Citar. Obtenido de [citar | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: https://dle.rae.es/citar](https://dle.rae.es/citar)
- RAE. (s.f.). Estelar. Obtenido de [Estelar | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: https://dle.rae.es/estelar](https://dle.rae.es/estelar)
- RAE. (s.f.). Fuente. Obtenido de [fuente | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: https://dle.rae.es/fuente](https://dle.rae.es/fuente)
- RAE. (s.f.). Funcionalismo. Obtenido de [funcionalismo | Definición | Diccionario de la lengua española: https://dle.rae.es/funcionalismo](https://dle.rae.es/funcionalismo)
-

- **Inmediatez:** es una de las señas de identidad del periodismo actual, una cuestión que puede implicar inexactitudes, ofrecer datos erróneos e, incluso, actuar en beneficio de los terroristas. (Ocampo, 2022)
- **Audiovisual:** adj. Que se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas. (RAE, Audiovisual , s.f.)
- **Transición:** f. Acción y efecto de pasar de un modo de ser o estar a otro distinto. (RAE, Transición , s.f.)
- **Interacción:** f. Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones, etc. (RAE, Interacción , s.f.)
- **Evolución:** intr. Dicho de un organismo o de otra cosa: Desenvolverse o desarrollarse, pasando de un estado a otro. (RAE, Evolucionar , 2002)
- **Internet:** m. o f. Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación. (RAE, Internet , s.f.)
- **Red social:** f. Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios. (RAE, RED, s.f.)
- **Funcionalismo:** m. Ling. Rama de los estudios lingüísticos que vincula las estructuras gramaticales y léxicas con su valor comunicativo. (RAE, Funcionalismo, s.f.)
- **Simplicidad:** f. Cualidad de simple (|| constituido por un solo elemento). (RAE, Simplicidad, s.f.)
- **Manual:** Carpeta o carpetas específicas de un área que pueden contener procedimientos, instructivos, formatos y otros documentos del Sistema de Gestión de la Calidad (Castro, 2017).
- **Proceso:** "Un conjunto de actividades relacionadas o interactuantes, que convierte elementos de entrada en resultados" (Castro, 2017)

RAE. (s.f.). Interacción . Obtenido de interacción | Definición - Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/interacci%C3%B3n>

RAE. (s.f.). Internet . Obtenido de internet | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/internet>

RAE. (s.f.). Multimedia. Obtenido de multimedia | Definición | Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/multimedia>

RAE. (s.f.). Noticia. Obtenido de noticia | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/noticia>

RAE. (s.f.). RED. Obtenido de red | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/red>

RAE. (s.f.). Reportaje. Obtenido de reportaje | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/reportaje>

RAE. (s.f.). Reporte. Obtenido de reporte | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/reporte>

RAE. (s.f.). Simplicidad. Obtenido de simplicidad | Definición - Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/simplicidad>

RAE. (s.f.). Social. Obtenido de social | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/social>

RAE. (s.f.). Temáticas . Obtenido de Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE: <https://dle.rae.es/tem%C3%A1tico>

RAE. (s.f.). Testimonio . Obtenido de testimonio | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/testimonio>

RAE. (s.f.). Transición . Obtenido de transición | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE: <https://dle.rae.es/transici%C3%B3n>

Red, F. e. (2012). Géneros Periodísticos. Obtenido de La prensa un recurso para el Aula : [https://fhu.unse.edu.ar/carreras/periodismo/Periodismo%20cientifico/Analisis\\_generos\\_periodisticos.pdf](https://fhu.unse.edu.ar/carreras/periodismo/Periodismo%20cientifico/Analisis_generos_periodisticos.pdf)

UNIR. (2021). periodismo transmedia. Obtenido de Periodismo transmedia: la forma de comunicar del siglo XXI Marketing y comunicación. : [https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/periodismo-transmedia/#:~:text=El%20periodismo%20transmedia%20se%20puede,Flores%2C%20en%20Periodismo%20Transmedia\).](https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/periodismo-transmedia/#:~:text=El%20periodismo%20transmedia%20se%20puede,Flores%2C%20en%20Periodismo%20Transmedia).)

---





## BIBLIOGRAFÍA

- 29, E. H. (22 de 02 de 2011). Información sobre Ecuavision HD canal 29. *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/privacy/explanation>
- Agudelo Viana, L. G. (2008). Diseños de investigación experimental y no-experimental. *Redalyc*.
- Alfonso Hernández, L. P. (2016). Generación Z y consumo de información de la participación comunitaria en la producción televisiva local. *Universidad y Sociedad*, 8(2), pág. 52.
- Alsina, M. R., & Cerqueira, L. (2018). *Periodismo, ética y posverdad*. Obtenido de Scielo: [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2019000100225&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2019000100225&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Álvarez-Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. *Scielo*.
- Angulo, E. (2020). *Metodología Cualitativa*. Obtenido de [https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia\\_cualitativa.html](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cualitativa.html)
- Arán, P. A. (2020). *Géneros literarios*. Córdoba: Redalyc.
- Arias Gonzáles, J. L. (2021). Diseño y metodología de la investigación. pág. 21. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Armijos, S. (2017). Análisis de la aplicación de los códigos deontológicos de TC televisión y teleamazonas en la producción de sus noticieros estelares. *ULVR*.
- Arteaga, G. (2022). *Qué es el análisis de contenido*. Obtenido de Testsiteforme: <https://www.testsiteforme.com/que-es-el-analisis-de-contenido/>
- Barrios, A. (2016). Narrativa periodística en la convergencia de medios. *Mensaje Periodístico*, 22(1), pág. 76. doi:10.5209/rev\_ESMP.2016.v22.n1.52587
- Bernal, P. (2018). La Investigación en Ciencias Sociales: Técnicas de recolección de la información.
- Blanco, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias & análisis*, 6.
- Cadenas, H. (2016). La función del funcionalismo: una exploración conceptual. *Redalyc*, 18(41). doi:<https://doi.org/10.1590/15174522-018004107>
- Cárdenas, J. D. (2015). Los medios de comunicación como actores (des) legitimadores. Algunas reflexiones acerca del rol de los medios de comunicación sobre la construcción de la opinión pública en torno al proceso de paz de la Habana. 28(85), pág. 38.
- Carvajal, L. (2023). *El método deductivo de investigación*. Obtenido de <https://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- Castellanos, R. M. (2022). Tecnologías de la comunicación y política 2.0. *Espacios Públicos*, 14.
- Colcha, L. (2023). *Ecuavisión canal 29 de Riobamba*. Obtenido de <https://jaimemerizalde.wixsite.com/website/pagina-del-producto/ecuavision-canal-29-de-riobamba>
- Córdova, C. (2020). Mujeres en noticieros estelares televisivos ecuatorianos: Análisis de representación. 4(1). doi:10.18272/pd.v4i1.2039
- Cortés, D. (2023). *El reportaje periodístico*. Obtenido de Logos Boletín Científico De La Escuela Preparatoria No. 2, 10(19), 8-9.: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa2/article/view/10419>
- Cruz, M., Pozo, M., Aushay, H., & Arias, A. (2018). *Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil*. Obtenido de

- Universidad de Costa Rica:  
<https://www.redalyc.org/journal/4768/476862662003/html/>
- Cruz, J. (2019). *Competencias y metacompetencias de los periodistas digitales*. Obtenido de URU - Revista de Comunicación y Cultura, No. 3: <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/download/1484/1324?inline=1>
- Cuenca, J., Compte, M., & Zeler, I. (2022). *La estrategia aplicada a las relaciones públicas en el medio digital: El caso español*. doi:10.4185/RLCS-2022-1537
- Delgado, P. (2017). Características y recomendaciones para escribir una noticia. *CELEE*. Obtenido de <https://celee.uao.edu.co/la-noticia/>
- Escobar, R. M. (2019). Metodología de la investigación científica. pág. 15.
- Espinosa, P. M. (2017). *Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo*. Obtenido de Estudios sobre el Mensaje Periodístico: <https://doi.org/10.5209/ESMP.58046>
- Europea, U. (2023). *Periodista multimedia: características y aplicaciones*. Obtenido de Comunicación y Marketing: <https://universidadeuropea.com/blog/periodista-multimedia/>
- Feria, H., Blanco, M., & Valledor, R. (2019). *La dimensión metodológica del diseño de la investigación científica*. Obtenido de Universidad de las Tunas : <http://edacunob.ult.edu.cu/xmlui/bitstream/handle/123456789/90/La%20dimensi%C3%B3n%20metodol%C3%B3gica%20de%20dise%C3%B1o%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Freire Cabello, K. K. (2020). Estrategias de Marketing Digital como medio de comunicación e impulso de ventas de ventas. *Contribuciones a las Ciencias Sociales, 10*.
- Giesecke, S. (2020). *Elaboración y pertinencia de la matriz de consistencia cualitativa para las investigaciones en ciencias sociales*. doi:10.21142/des-1202-2020-0023
- Gómez, F. S. (2016). La Comunicación. *Scielo, 20*(3). Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es)
- González, A. O. (2019). *La comprensión en acción: un análisis sobre sus niveles y*. Obtenido de Revista pilquen: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7193278.pdf>
- Grijelmo, A. (2022). El estilo del periodista. *Taurus*.
- Gutiérrez, G. &. (2011). Manual de géneros periodísticos. *Universidad de la Sabana*.
- Guzman, V. (2021). El método cualitativo y su aporte a la investigación en las ciencias sociales. *Gestionar: revista de empresa y gobierno, 1*(4).
- Herrera Flores, A. E., Campi Maldonado, A. T., & Fariño Sánchez, N. D. (2021). *El modelo de Harold Lasswell aplicado en comunicación digital. Caso: La Posta*. Obtenido de Journal of Science and Research: <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1221>
- Herrera, J. (2020). La verificación de noticias y el problema de la inmediatez: análisis de cobertura de una noticia falsa en medios digitales chilenos. *Comunicación Social, 8*(2).
- Hessling, F. (2021). Derecho a la comunicación, periodismo e interés público: de la OC-5/85 a los problemas éticos actuales. *Derecho y Ciencias Sociales, 24*. doi:10.24215/18522971e085
- Hurtado, d. (2010). *Investigación proyectiva*. Obtenido de Cap\_3Metodología.pdf: [https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2330/Cap\\_3\\_Metodolog%C3%ADa.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20es%20proyectiva%20porque,del%20momento%2C%20de%20los%20procesos](https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2330/Cap_3_Metodolog%C3%ADa.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20es%20proyectiva%20porque,del%20momento%2C%20de%20los%20procesos)



- Latorre, I. &. (2019). La noticia: manual práctico de relación. *Jaume I*.
- Lazo, C. M., Rodríguez Rodríguez, J. M., & Peñalva, S. (2020). *Competencias digitales en periodismo. Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista*. doi:10.4185/RLCS-2020-1416
- Lira, C. (2020). Pandiorismo o periodismo en tiempo de pandemia.
- López Vidales, N., Gómez Rubio, L., & Medina de la Viña, E. (2019). *Los formatos de televisión más consumidos por los jóvenes: telerrealidad y empoderamiento de la audiencia*. doi:10.12795/Ambitos.2019.i46.02
- Lozano Blasco, R., Mira-Aladrén, M., & Gil-Lamata, M. (2023). *Social media influence on young people and children: Analysis on Instagram Twitter and Youtube*. doi:10.3916/C74-2023-10
- Millán, M. J. (2018). *La finalidad de la Metodología Cuantitativa*. Obtenido de Fundación para la Investigación Social Avanzada: <https://isdfundacion.org/2018/11/01/finalidad-metodologia-cuantitativa/>
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. *Scielo*.
- Morales, F. (2014). *Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudio de caso de la huelga de profesores en España y Perú*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6068725.pdf>
- Moreno Espinosa, P., & San Miguel Román, A. (2020). Pockasting y periodismo: del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad. *Estudios sobre el mensaje periodístico. Dialnet*, 26(1), 241-252. doi:10.5209/esmp.67303
- Muguirra, A. (2018). *Diseño de investigación. Elementos y características*. Obtenido de Questionpro: <https://www.questionpro.com/blog/es/disenio-de-investigacion/>
- Navarro, B. (2021). Los medios televisivos en la ciudad de guayaquil y su impacto en la comunidad GLBTI.
- Neill, A. D., Quezada, C., & Arce, J. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Obtenido de Investigación cuantitativa y cualitativa: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Obtenido de Editorial UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Nélida Montoya, L. Z. (19 de 09 de 2019). Periodismo y competencias mediáticas: una aproximación desde contexto colombiano y ecuatoriano. *Revista de comunicación*, 19(1). doi:<https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A11>
- Núñez, L. (1995). *Introducción al periodismo escrito*. España: Ariel España. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=155335>
- Núñez, M. M. (2020). *Reportaje multimedia Una aproximación al suicidio desde el periodismo de datos*. Obtenido de Universidad de Valladolid Facultad de Filosofía y Letras: [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51443/TFG\\_F\\_2021\\_160.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51443/TFG_F_2021_160.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paredes Hernández, E., & Velasco Espitia, M. E. (2010). *Investigación de mercados*. Obtenido de Universidad de Pamplona facultad de estudios a distancia programas de estudio a distancia:

- [https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home\\_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre6/11092015/investmercados1parte.pdf](https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre6/11092015/investmercados1parte.pdf)
- Pedrero, T. P. (2022). Audio communication in the face of the renaissance of digital audio. doi:10.3145/epi.2022.sep.07
- Pino, M. (1998).
- Pino, M. (1998). *Tvscanal 13*. Obtenido de Quienes Somos: <https://tvscanal13.com/quienes-somos/>
- Pino, M. (1998). *TVS CANAL 13*. Obtenido de CANAL PIONERO DE LA TELEVISIÓN RIOBAMBEÑA: <https://tvscanal13.com/quienes-somos/>
- Renó, D., & Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia*. Obtenido de RIA Editorial : [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=opx\\_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA10&dq=Ren%C3%B3,+D.,+%26+Flores,+J.+\(2018\).+Periodismo+transmedia.+Ria+Editorial.&ots=-7XzmgFJWU&sig=13eE6nd2uDWZP15aefBiVQ10IWY#v=onepage&q=Ren%C3%B3%2C%20D.%2C%20%26%20Flores%2C%20J](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=opx_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA10&dq=Ren%C3%B3,+D.,+%26+Flores,+J.+(2018).+Periodismo+transmedia.+Ria+Editorial.&ots=-7XzmgFJWU&sig=13eE6nd2uDWZP15aefBiVQ10IWY#v=onepage&q=Ren%C3%B3%2C%20D.%2C%20%26%20Flores%2C%20J)
- Rodríguez, M. &. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista médica sanitas*, 21(3).
- Rosa García, F. J. (2023). *La trascendencia como fundamento de la noticia*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=317176#:~:text=La%20trascendencia%20se%20presenta%20como%20una%20instrucci%C3%B3n%20capaz%20de%20orientar,de%20elaboraci%C3%B3n%20de%20la%20noticia.>
- Ruiz, A. &. (2008). Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso. *Tram [p] as de la Comunicación y la Cultura*.
- Samper, D. (2020). *¿Qué es el periodismo ?* Obtenido de Universidad Latina de Costa Rica : <https://www.ulatina.ac.cr/noticias/qu%C3%A9-es-el-periodismo-y-como-se-clasifica>
- Serrano, M. M. (12 de Jun de 2019). La comunicación y la información en un mundo que se virtualiza. Desarrollos y funciones previsibles. *Scielo*, 16. doi:<https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7478>
- Silberman, M. (1998). Aprendizaje activo.
- Sosa, A. (2019). La inducción analítica como método sociológico desde una perspectiva histórica. *Cinta de moebio*, 11.
- Urzola, A. (2020). *Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica*.
- Valencia, S. R. (2018). La comunicación como campo de estudio teórico: una revisión de la communication research. *Convergencia Revista De Ciencias Sociales*, 6. Obtenido de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/9939>
- Vargas, R. H. (2018). *Reportaje: la metodología del periodismo*. Obtenido de Comunicación: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/858>

## ANEXOS

**Anexo 1.** Preguntas para entrevista Lic.: Daniel Carrillo (Docente Instituto ISTRÁ)

|  |
|--|
| <b>Nombre:</b> Daniel Carrillo Ocupación: Docente Instituto ISTRÁ  |
| <b>Licenciado:</b> Ciencias de la Comunicación Social  |
| <b>Modalidad de la entrevista:</b> Presencial  |
| <b>Preguntas</b>   |
| 1.- ¿usted Cómo considera que ha evolucionado los medios de comunicación a lo largo de los años?                                   |
| 2.- ¿Cuál es el proceso de producción de un programa de televisión? desde el concepto hasta la emisión?                            |
| 3.- ¿Cuáles son los desafíos que enfrenta la televisión en la era digital y en streaming?  |
| 4.- ¿Cuáles son los géneros más populares en la televisión actual?   |
| 5.- ¿Cuáles son los criterios que determinan el éxito de un programa de televisión?  |
| 6.- ¿Cuáles son las diferencias clave entre la televisión en vivo y la televisión grabada?   |
| 7.- ¿Cómo se mide la audiencia de televisión y cuál es su importancia para los anunciantes?  |
| 8.- ¿Qué diferencia considera que existe entre un medio digital y un medio tradicional con respecto a la difusión de información?  |
| 9.- ¿Qué elemento se toma en cuenta al momento de emitir una noticia a través de un medio digital?                                 |
| 10.- ¿Cuáles son las técnicas que se debe utilizar para un mejor manejo de información en las redes?                               |
| 11.- ¿Qué tipos de estrategias se debe utilizar en un medio tradicional y digital para llamar la atención del público audiovisual? |
| 12.- ¿Qué tipo de fuente considera usted necesaria para un correcto tratamiento informativo?                                       |
| 13.- ¿Qué postura debe utilizar un presentador al momento de emitir información?   |

**Fuente:** Entrevista instituto ISTRÁ

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Anexo 2.** Entrevista: Lic: Daniel Carrillo (Docente Instituto ISTR)



**Fuente:** Entrevista

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

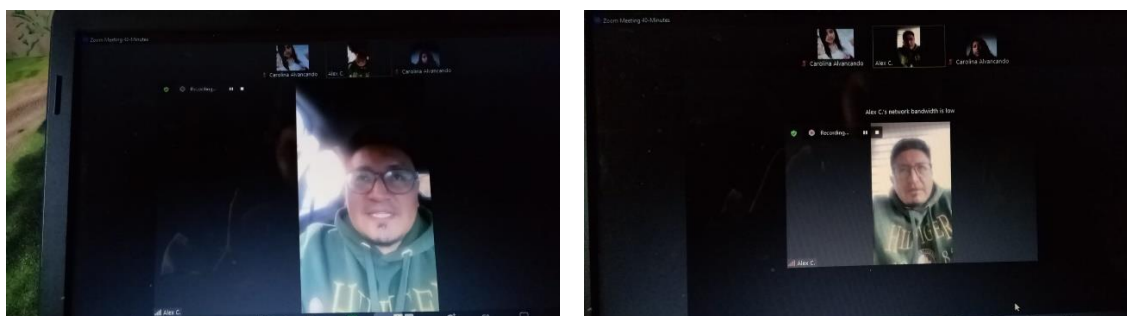
**Anexo 3.** Preguntas para entrevista Lic.: Alexander Colcha (Presentador Noticiero estelar Ecuavisión Canal 29)

|   |
|---|
| <b>Nombre:</b> Alexander Colcha - <b>Ocupación:</b> Presentador de Noticias   |
| <b>Canal :</b> Ecuavisión canal 29  |
| <b>Modalidad de la entrevista:</b> Vía Zoom   |
| <b>Pregunta</b>   |
| 1.- ¿Cuál es el mayor desafío que enfrenta al presentar noticias en vivo?   |
| 2.- ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al interactuar con los reporteros de campo, ciudadanía y corresponsales en vivo durante el noticiero?  |
| 3.- ¿Cuál es la satisfacción más grande que obtiene al presentar un noticiero estelar?  |
| 4.- ¿Porque en el noticiero estelar predomina más el tema social?   |
| 5.- ¿Qué diferencia considera que existe entre un medio digital y un medio tradicional con respecto a la difusión de información?   |
| 6.- ¿Por qué decidieron compartir o difundir contenido en la plataforma de Facebook y no otras plataformas como Instagram, ¿Twitter, Tik Tok etc., para compartir el contenido informativo? |
| 7.- ¿Cómo maneja las decisiones relacionadas con la publicidad y los ingresos comerciales del canal?  |

**Fuente:** Entrevista Ecuavisión canal 29

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Anexo 4.** Entrevista: Lic.: Alexander Colcha (Presentador Noticiero estelar Ecuavisión Canal 29)



**Fuente:** Entrevista Ecuavisión canal 29

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Anexo 5.** Preguntas para entrevista a Marcelo Pino (Director de TVS canal 13)

|  |
|--|
| <b>Nombre:</b> Marcelo Pino <b>Ocupación:</b> Gerente general de TVS   |
| <b>Canal :</b> TVS Canal 13  |
| <b>Modalidad de la entrevista:</b> Presencial  |
| <b>Pregunta</b>  |
| 1. ¿Cuál es la visión, misión y estrategia para el canal de televisión que dirige?   |
| 1. ¿Cómo selecciona y adquiere información para transmitir en su canal?  |
| 2. ¿Qué consideraciones tienes en cuenta al determinar la programación diaria o semanal del canal?   |
| 3. ¿Cuáles son los desafíos más comunes a los que se enfrenta en la gestión del canal?   |
| 4. ¿Qué medidas toma para mantener y aumentar la audiencia del canal?  |
| 5. ¿Cómo interactúa y colabora con productores y creadores de contenido para desarrollar programas de la emisión estelar?                                |
| 6. ¿Cuál es su enfoque en la incorporación de nuevas tecnologías y tendencias en el canal?   |
| 7. ¿Qué diferencia considera que existe entre un medio digital y un medio tradicional con respecto a la difusión de información con el contenido social? |
| 8. ¿Porque utilizan a plataforma de Facebook y no otras plataformas como Instagram, ¿Twitter, Tik Tok etc., para compartir el contenido informativo?     |

**Fuente:** Entrevista TVS canal 13

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Anexo 6.** Entrevista a Marcelo Pino (Director de TVS canal 13)



**Fuente:** Entrevista TVS canal 13

**Elaboración:** Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Anexo 7.** Preguntas para entrevista Lic. Juan Salazar López (Presentador Noticiero estelar TVS canal 13)

|   |
|---|
| <b>Nombre:</b> Juan Salazar López <b>Ocupación:</b> Presentador de Noticias   |
| <b>Canal :</b> TVS canal 13   |
| <b>Modalidad de la entrevista:</b> Presencial   |
| <b>Preguntas</b>  |
| 1.- ¿Cómo se prepara para el noticiero? y ¿Cuál es su rutina previa a la emisión?   |
| 2.- ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las noticias que se presentarán en el noticiero?  |
| 3.- ¿Cómo equilibra la objetividad y la imparcialidad al informar sobre noticias controvertidas o sensibles?  |
| 4.- ¿Cuál es el mayor desafío que enfrenta al presentar noticias en vivo?   |
| 5.- ¿Cómo maneja situaciones de crisis o noticias de última hora durante la emisión en vivo?  |
| 6.- ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al interactuar con los reporteros de campo, ciudadanía y corresponsales en vivo durante el noticiero?                      |
| 7.- ¿Cuál es su enfoque para mantener la atención y el interés de la audiencia durante todo el noticiero?   |
| 9.- ¿Cuál es la satisfacción más grande que obtiene al presentar un noticiero estelar?  |
| 10.- ¿Cuál es su opinión con respecto a las noticias del medio tradicional que se está transmitiendo en un medio digital con respecto a la difusión de información? |

11.- ¿Porque utilizan a plataforma de Facebook y no otras plataformas como Instagram, ¿Twitter, Tik Tok etc., para compartir el contenido informativo?

*Fuente:* Entrevista TVS Canal 13

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Anexo 8.** Entrevista al Lic. Juan Salazar López (Presentador Noticiero estelar TVS canal 13)



*Fuente:* Entrevista TVS canal 13

*Elaboración:* Alvancando Adriano Carolina Alejandra

**Tablas de análisis tratamiento informativo TVS canal 13 y Ecuavisión.**

[https://drive.google.com/file/d/1nOG-yBh\\_Xpx2y1amNII6cUpyBfYluzH2/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1nOG-yBh_Xpx2y1amNII6cUpyBfYluzH2/view?usp=drive_link)