UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

Toma de instalaciones del canal TC en el 2024: Opinión pública en su página oficial de Facebook y tratamiento informativo

TESIS DE GRADO:

Previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación

AUTORA:

Magerly Zuley Sánchez Guncay

TUTOR:

Mg. Jenny de los Ángeles Proaño Zurita

Ambato-Ecuador

2025

TEMA:

“TOMA DE INSTALACIONES DEL CANAL TC EN EL 2024: OPINIÓN PÚBLICA EN SU PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y TRATAMIENTO INFORMATIVO”

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Trabajo de Investigación del tema “TOMA DE INSTALACIONES DEL CANAL TC EN EL 2024: OPINIÓN PÚBLICA EN SU PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y TRATAMIENTO INFORMATIVO” del estudiante Magerly Zuley Sánchez Guncay, de la Carrera de Comunicación, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 15 de enero de 2025



…….

Mg. Jenny De Los Ángeles Proaño Zurita

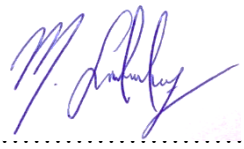
CC. No. 1713480661

TUTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios y datos manifestados en el proyecto de investigación: "TOMA DE INSTALACIONES DEL CANAL TC EN EL 2024: OPINIÓN PÚBLICA EN SU PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y TRATAMIENTO INFORMATIVO" así como también los análisis, pensamientos y conclusiones emitidos son responsabilidad de la autora. Se autoriza su reproducción parcial siempre que estén sujetas a las condiciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando los derechos de mi autoría y sin ser utilizadas con fines de lucro.

Ambato, 15 de enero de 2025



……

Magerly Zuley Sánchez Guncay

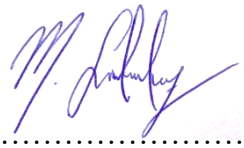
C.I 0705347953

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Magerly Zuley Sánchez Guncay, en calidad de autor del proyecto de investigación en el tema: “ TOMA DE INSTALACIONES DEL CANAL TC EN EL 2024: OPINIÓN PÚBLICA EN SU PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y TRATAMIENTO INFORMATIVO” cedo los derechos patrimoniales de mi tesis y autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de esta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución., con fines estrictamente académicos o de investigación, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica. Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor.

Ambato, 15 de enero de 2025



……

Magerly Zuley Sánchez Guncay

C.I 0705347953

AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del tribunal de grado APRUEBAN el proyecto de investigación sobre el tema: "TOMA DE INSTALACIONES DEL CANAL TC EN EL 2024: OPINIÓN PÚBLICA EN SU PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y TRATAMIENTO INFORMATIVO" presentado por el Srta. Magerly Zuley Sánchez Guncay de conformidad con el reglamento de graduación para la obtención del título de tercer nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato……2025

Para constancia firman:

……..

PRESIDENTE

……..

Miembro del Tribunal

…….

Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

A Dios, por cuidar de mí y de mi familia.

A mis padres Marcela Guncay y Roberto Sánchez por constantemente motivarme a ser mejor, por siempre guiarme por el camino correcto, por haberme escuchado, aconsejado cuando más lo necesitaba, pero sobre todo por nunca haberme hecho falta, por llenar mi vida entera de recuerdos felices y por nunca cortarme las alas que me permitieron soñar para alcanzar este objetivo.

A mi abuelita América Armijos, por siempre confiar en mí, por ser una parte fundamental en mi vida, por llenarme de amor, por siempre tenerme en sus oraciones, agradezco que sea mi mayor inspiración para cumplir cada una de las metas que me he propuesto y me propondré en mi vida, siempre estará presente en cada paso que doy.

A mi hermana Zussette por haber sido testigo de todo este proceso, por motivarme a través de su inocencia, por permitirme ser la hermana mayor con la que siempre podrá contar y no haber dejado pasar un día sin sacarme una sonrisa.

AGRADECIMIENTO

A Dios por protegerme y permitirme continuar con este objetivo.

A mis padres, gracias por impulsarme a ser mejor, por anhelar a mi lado cada uno de los momentos que me ayudan a forjarme como profesional, por siempre darme la oportunidad de cumplir mis sueños y por no permitir que nunca algo me haga falta.

Agradezco a mis hermanos, gracias por sacarme sonrisas para mejorar mi día y por ayudarme cuando los necesito.

A Josué. P por apoyarme en todo momento, por ser mi soporte y motivarme en cada momento a cumplir mis sueños.

A Julián y Joaquín por estar a mi lado e inconscientemente mejorar mis días.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada i
TEMA ii
APROBACIÓN DEL TUTOR iii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN iv
DERECHOS DE AUTOR v
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO vi
DEDICATORIA vii
AGRADECIMIENTO viii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS ix
ÍNDICE DE TABLAS xii
ÍNDICE DE FIGURAS xiii
RESUMEN EJECUTIVO xiv
ABSTRACT xv
CAPÍTULO I 1
I . MARCO TEÓRICO 1
1.1 Antecedentes investigativos 1
1.2 Fundamentación teórica 7
1.2.1 Teorías de la comunicación 7
1.2.1.1 Teoría de la agenda-setting 7
1.2.1.2 Teoría de usos y gratificaciones 10
1.2.2 Periodismo 13
1.2.2.1 Prácticas y roles periodísticos 16
1.2.2.2 Ética periodística 18
1.2.2.3 Tratamiento informativo 20

1.2.2.4 La información en el periodismo 22
1.2.3 Comunicación e internet 24
1.2.4 Sociedad red 25
1.2.5 Opinión pública en redes sociales 27
1.2.6 La televisión 29
1.2.7 Espectacularización 31
1.2.8 Hábitos de consumo en televisión y redes sociales 32
1.3 Objetivos 34
1.3.1 Objetivo general 34
1.3.2 Objetivos específicos 34
CAPÍTULO II 35
II. MARCO METODOLÓGICO 35
2.1 Materiales y recursos 35
2.1.1 Materiales 35
2.1.2 Recursos humanos 35
2.1.3 Recursos tecnológicos 35
2.2 Métodos 35
2.3 Técnicas e instrumentos 37
2.4 Unidad de análisis 38
2.4.1 Historia de TC Televisión 38
2.4.2 Matrices 39
CAPÍTULO III 42
III. RESULTADOS 42
3.1 Análisis previo 42
3.2 Estructura organizativa 42
3.2.1 Imágenes publicadas 43

3.2.2 Impacto internacional del atentado 46
3.2.3 Consecuencia a los criminales 49
3.2.4 Pronunciación de personaje ecuatoriano reconocido 52
3.2.5 Evidencia del control policial 55
3.2.6 Armamento utilizado por los criminales en el ataque 58
3.2.7 Control ejecutado por parte de los agentes policiales 61
3.2.8 Videos publicados 64
3.2.9 Control policial desde afuera de las instalaciones del canal TC 67
3.2.10 Daños materiales en consecuencia al atentado 70
3.2.11 Comentarios recurrentes 73
3.3 Verificación de la pregunta 80
CAPÍTULO IV 82
IV. CONCLUSIONES 82
4.1 Conclusiones 82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 85
ANEXOS 92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Antecedentes Investigativos 2

Tabla 2: Matriz para la publicación de imagen 40

Tabla 3**:** Matriz para publicación de video 40

Tabla 4: Matriz para los comentarios que generaron mayor interacción en cada publicación 41

Tabla 5: Matriz primera imagen publicada 43

Tabla 6: Matriz segunda imagen publicada 46

Tabla 7: Matriz tercera Imagen publicada 49

Tabla 8: Matriz cuarta imagen publicada 52

Tabla 9: Matriz quinta imagen publicada 55

Tabla 10: Matriz sexta imagen publicada 58

Tabla 11: Matriz séptima imagen publicada 61

Tabla 12: Matriz primer video publicado 64

Tabla 13: Matriz segundo video publicado 67

Tabla 14: matriz segundo video publicado 70

Tabla 15: Matriz de comentarios recurrentes en cada publicación 73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Terror en el canal 43

Figura 2 Impacto internacional del atentado 46

Figura 3 Consecuencia a los criminales 49

Figura 4 Pronunciación de personaje ecuatoriano reconocido 52

Figura 5 Evidencia del control policial 55

Figura 6 Armamento utilizado por los criminales en el ataque 58

Figura 7 Control ejecutado por parte de los agentes policiales 61

Figura 8 Agente policiales en acción ante el atentado en el canal TC 64

Figura 9 Control policial desde afuera de las instalaciones del canal TC 67

Figura 10 Daños materiales en consecuencia al atentado 70

RESUMEN EJECUTIVO

El nueve de enero de 2024, un hecho significativo sacudió la escena informativa en el país: la toma de las instalaciones del canal de televisión TC. Este acontecimiento generó una polarización de opiniones entre los ciudadanos, quienes expresaron sus reacciones y puntos de vista en las publicaciones compartidas por dicho canal en su página oficial de Facebook. A raíz de este atentado, surgieron nuevos temas de interés noticioso, que no solo se limitaron a la cobertura del ataque, sino que también incluyeron una serie de cuestiones políticas, sociales y de seguridad relacionadas. El canal TC, como medio de comunicación, se convirtió en el epicentro de un intenso debate en el que sus seguidores interactuaron de diversas maneras.

Este fenómeno en las redes sociales se presenta como un contexto ideal para analizar el tratamiento informativo que realiza el canal a través de sus publicaciones, así como la manera en que los usuarios participan en la conversación pública. En este sentido, la presente investigación se enfoca en estudiar dos variables clave: la opinión pública y el tratamiento informativo. Ambas son fundamentales para comprender la interacción de los usuarios con los contenidos difundidos en la página oficial de Facebook del canal TC.

Utilizando una metodología cualitativa complementada con un enfoque cuantitativo, se establecieron matrices de análisis para los productos comunicacionales difundidos, así como para los comentarios con mayor número de reacciones. Estas herramientas permitieron identificar las estrategias empleadas por el medio para difundir las noticias en la red social y, a su vez, proporcionaron una visión sobre la importancia y las diversas perspectivas generadas entre los usuarios.

Se concluye que el impacto de cada noticia varió según el formato de los productos comunicacionales, ya que algunos generaban mayor interacción que otros. Asimismo, se observó cómo los cibernautas expresaron sus opiniones en los comentarios, reflejando la diversidad de perspectivas en torno al tema.

Palabras claves: contenidos, difusión, opinión pública, tratamiento informativo, usuarios.

ABSTRACT

On January 9, 2024, a significant event shook the news scene in the country: the takeover of the facilities of the TC television channel. This event generated a polarization of opinions among citizens, who expressed their reactions and points of view in the publications shared by said channel on its official Facebook page. As a result of this attack, new topics of news interest emerged, which were not only limited to the coverage of the attack, but also included a series of related political, social and security issues. The TC channel, as a means of communication, became the epicenter of an intense debate in which its followers interacted in various ways.

This phenomenon on social networks is presented as an ideal context to analyze the information treatment that the channel carries out through its publications, as well as the way in which users participate in the public conversation. In this sense, the present research focuses on studying two key variables: public opinion and information treatment. Both are essential to understand the interaction of users with the content disseminated on the official Facebook page of the TC channel.

Using a qualitative methodology complemented by a quantitative approach, analysis matrices were established for the communication products disseminated, as well as for the comments with the greatest number of reactions. These tools made it possible to identify the strategies used by the media to disseminate the news on the social network and, in turn, provided insight into the importance and the diverse perspectives generated among users.

It is concluded that the impact of each news item varied according to the format of the communication products, since some generated greater interaction than others. Likewise, it was observed how Internet users expressed their opinions in the comments, reflecting the diversity of perspectives around the topic.

Keywords: public opinion, information treatment, users, communication products, dissemination, news

CAPÍTULO I

I . MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

Para llevar a cabo la presente investigación se realizó previamente una profunda búsqueda que tuvo por objetivo localizar estudios académicos que aporten a la teoría y estén relacionados al tema ‘‘Toma de instalaciones del canal TC en el 2024: Opinión pública en su página oficial de Facebook y tratamiento informativo’’ obteniendo así los siguientes datos claves en relacionados a la opinión pública, redes sociales, tratamiento informativo e inseguridad en el Ecuador.

Tabla 1: Antecedentes Investigativos

Autor	Título	Fuente	Año	Categoría	Link
Hilario Fontecilla	El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña?	Red de Información Educativa	2021	Artículo científico	https://hdl.handle.net/11162/222023
Jaime Mayorga y Roberto Holguín	Las redes sociales como instrumento del terrorismo en el Ecuador	Revista De La Academia Del Guerra Del Ejército Ecuatoriano	2024	Artículo científico	https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Academia-de-guerra/article/view/3401
Fernando Velásquez	Tratamiento informativo realizado por diario El Comercio sobre la crisis carcelaria de Ecuador, período junio – noviembre 2021	Repositorio Digital Universidad Nacional de Chimborazo	2023	Tesis	http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/12579
Alexandra Pulamarín	Análisis del tratamiento informativo de muertes violentas por parte de los medios digitales locales de la ciudad e Cayambe en el periodo 2020” casos de análisis:	Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte	2024	Tesis	https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/15577

	Hemisférico, STV canal 6, Ecos de Cayambe				
Amilcar Alvear y Darwin Cisneros	El terrorismo en ecuador: un análisis longitudinal	Repositorio Digital Universidad Nacional de Chimborazo	2024	Artículo científico	https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Academia-de-guerra/article/view/3335
Eliseo Pico	El desarrollo del crimen organizado y del terrorismo en ecuador	Repositorio Digital Universidad Nacional de Chimborazo	2024	Artículo científico	https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Academia-de-guerra/article/view/3393
Paco Moncayo	Terrorismo, Derecho Y Sociedad	Repositorio Digital Universidad Nacional de Chimborazo	2024	Artículo científico	https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Academia-de-guerra/article/view/3372

Nota: Información tomada de diferentes autores.

Blasco Fontecilla (2021) confecciona su investigación ‘‘El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña?’’ la misma que tiene como objetivo demostrar si las redes sociales cumplen con roles más allá de los dispuestos.

Por medio de una metodología cualitativa ejecutada a través de instrumentos como investigaciones y análisis de datos se obtuvo como principal resultado el planteamiento que menciona la constante deshumanización de las personas debido al mundo que se dirige hacia un completo control de las máquinas como nuevos seres vivos sustituyendo así las relaciones interpersonales, concluyendo en retos que desafían a la humanidad y aumentan las probabilidades de autodestrucción de nuestra especie como el desarrollo acelerado de deshumanización provocado por la internet sobre todo por las plataformas sociales que se encuentran en ella, mismas que por consecuente generan un segundo reto que es el incremento de cretinos con creencias y expresiones difíciles de frenar.

El proyecto nombrado ‘‘Las redes sociales como instrumento del terrorismo en el Ecuador’’ desarrollado en la Academia de Guerra del Ejército Ecuatoriano, por Mayorga y Holguín (2024) se ejecutó bajo una metodología mixta con instrumentos de investigación, llevando a cabo un análisis de contenido y análisis de cifras que reflejan la percepción de la sociedad con respecto a la de seguridad en nuestro país. El objetivo planteado busca evidenciar el uso que le han dado a las redes sociales los grupos terroristas, los sistemas de mensajería en Ecuador y la influencia de estos en la seguridad del pueblo, poniendo en evidencia los veredictos del estado ecuatoriano y la proclamación del conflicto armado interno ante dichas amenazas.

Dando así por resultado y conclusión la importancia de precautelar a la población dándoles a conocer que hoy en día los grupos terroristas se han unido al desarrollo tecnológico sobre todo a los medios informáticos para difundir sus acciones violentas, específicamente a las redes sociales y de mensajería donde se han efectuado, propagado y causado el mayor pánico en varias poblaciones del mundo.

La tesis producida por Velásquez Lozano (2023) lleva por título ‘‘Tratamiento informativo realizado a diario El Comercio sobre la crisis carcelaria de Ecuador, período junio – noviembre 2021’’ el objetivo planteado investiga y analiza el tratamiento informativo que el diario antes mencionado ejecuto a raíz de la problemática en las penitenciarías del país en el 2021. Para llevar a cabo dicha investigación se planteó una metodología mixta, donde se analizó 102 noticias que fueron publicadas por El Comercio durante junio – noviembre 2021, para la recolección de datos se trabajó en una matriz conformada por categorías de sección, elemento

de ayuda gráfica, género periodístico, emplazamiento, fuentes, lo que se dice de la noticia, más un análisis e interpretación de los datos conseguidos, también se recurrió a entrevistas a dos expertos que esclarecieron temas como el tratamiento informativo expuesto por un periodista y la crisis carcelaria por un funcionario de una entidad pública relacionada a esta problemática.

Gracias a ello se determinó como conclusiones que el diario El Comercio con respecto al tema de las crisis carcelarias, realizó la respectiva cobertura informativa de manera correcta teniendo fuentes confiables como testigos y especialistas en el tema tratado, mismos que aportaron a la gran parte de las noticias dando así la seguridad de que se difundió información veraz, legible gracias al lenguaje empleado y complementado con gráficas, videos y fotografías, además de publicar en su página web el contenido en la sección precisa para ser encontrada por los usuarios en el apartado de actualidad y seguridad.

Pulamarín Cuascota (2024) realizó la tesis titulada ‘‘Análisis del tratamiento informativo de muertes violentas por parte de los medios digitales locales de la ciudad de Cayambe en el periodo 2020” casos de análisis: Hemisférico, STV canal 6, Ecos de Cayambe. Investigación que analiza el tratamiento informativo de los medios digitales locales de Cayambe en relación a las muertes violentas ocurridas en el 2020, por lo cual y debido a una metodología mixta planteada en torno a entrevistas, análisis de contenido de las publicaciones efectuadas por los medios y análisis de 149 publicaciones centradas en la cobertura mediática de ‘‘muertes violentas’’ se logra llegar al planteamiento de resultados que reflejan que la difusión multitudinaria de las noticias sensacionalistas, pueden generar un aumento significativo en vistas e interacciones, debido a las creencias ocasionadas en cada uno de los usuarios en virtud de lo presenciado en la internet, a pesar de contemplar contradicciones en la calidad periodística a causa de la intimidación de la competencia y el objetivo de mantener la atención del público.

La Revista Académica de Guerra del Ejército Ecuatoriano publicó un artículo llamado ‘‘El terrorismo en ecuador: un análisis longitudinal’’ ejecutado por Alvear y Cisneros (2024) quienes marcaron como objetivo examinar la base del terrorismo a nivel mundial como un factor poderoso en el crecimiento forzoso del terrorismo de nuestro país, definiendo una metodología cualitativa, ya que, se basaron netamente en la investigación y análisis de contenidos.

Los resultados demuestran que para rebelarse contra el Estado y llegar al poder las guerrillas ejecutan distintos mecanismos de formas de lucha para intimidar a la institucionalidad e

imponer sus ideologías, atacan a la sociedad por medio del desplazamiento, secuestros y la sumisión social.

Se registraron las siguientes conclusiones: La globalización ha contribuido a la alteración del terrorismo, mismo que actualmente no puede ser nombrado como un ‘‘fenómeno localizado’’ ya que, se ha convertido en una amenaza a nivel mundial creado en base a distintas ideologías de los grupos de guerrillas, en cuanto al origen ecuatoriano se lo vincula a grupos terroristas colombianos.

Relacionado a la inestabilidad de la seguridad del Ecuador, dicha revista publicó dos artículos vinculados a la inseguridad y terrorismo. El primer artículo creado por Pico Medina (2024) titulado ‘‘El desarrollo del crimen organizado y del terrorismo en Ecuador’’ buscando analizar la unión entre el crimen organizado transnacional y el terrorismo, factores que han generado situaciones complejas se crea una metodología cualitativa basada en la investigación, misma que deduce que debido a la presencia de carteles criminales internacionales y asociaciones ilícitas considerados como terroristas debido a los altos niveles de violencia a los que han llegado, Ecuador enfrenta una complicada situación de crimen organizado transnacional difícil de eliminar a corto plazo, por consecuente se crea una concentración alrededor de la inseguridad y conflicto armado.

Por otro lado, el segundo artículo generado por Moncayo Gallegos (2024) titulado ‘‘Terrorismo, Derecho y Sociedad’’ trata temas como el fenómeno del terrorismo, como este ha afectado gravemente a la actualidad y la participación de organizaciones criminales que procuran tener poder sobre el Estado para lograr sus perversos fines.

Desarrollando un aporte significativo en cuanto a efectos y causas del terrorismo, se demuestra como a través de la investigación hacia fundamentos históricos y un enfoque actual se puede evidenciar la manera en la que las amenazas han sido enfrentadas y los obstáculos que se han presentado en cuanto a la estructura de políticas públicas y estrategias de seguridad que brindan la correspondiente protección a bases constitutivas.

Los resultados obtenidos mencionan que las entidades del crimen organizado transnacional en gran medida logran sus objetivos, consiguiendo paralizar a la sociedad por el miedo y demostrando la incapacidad del Estado para prever y defender a su pueblo. El poder de los grupos ilegales es masivo al punto que se han convertido en una amenaza a la estabilidad de las naciones y a la solidez de la democracia. Dando así por concluido mencionar que las amenazas por parte del terrorismo han estado presentes a lo largo de la historia en distintos

grados de gravedad afectado al desarrollo tanto político como social volviéndose cada vez más complejo, sin embargo, en situaciones como las actuales es importante enlazar la crisis terrorista y su naturaleza política para llegar a su origen.

1.2 Fundamentación teórica

1.2.1 Teorías de la comunicación

Las teorías de la comunicación son marcos conceptuales que estudian e investigan las destrezas comunicativas que poseen ciertos seres vivos, contribuyen al entendimiento de la transmisión, recepción e interpretación del mensaje, por dichas características se relacionan con la psicología, el marketing y la educación, ya que la retroalimentación o feedback contribuye a la mejora de la comunicación asertiva (Hernández-Silvera et al., 2024).

Dicho en otras palabras, son estudios que analizan en especial como los seres humanos intercambian información con otras personas y crean vínculos mediante distintos medios, además de entender como factores externos a la transmisión del mensaje como el ruido, el contexto y el feedback pueden afectar de manera negativa a la información veraz (Ardèvol-Abreu et al., 2020).

1.2.1.1 Teoría de la agenda-setting

La teoría de la agenda-setting o establecimiento de agenda sustenta que los mass media son los responsables de definir cuáles serán los temas de mayor interés en el pueblo receptor, es decir, los medios de comunicación influyen en la importancia que se le otorgará a cada uno de los acontecimientos ocurridos a nivel de su enfoque geográfico, ya sean económicos, políticos, culturales, sociales, etc. (Castillo Salina, 2024). Para así llevar a cabo el respectivo tratamiento informativo, otorgándoles titulares más grandes y llamativos, mayor espacio en medios impresos, mayor tiempo al aire en el caso de la televisión o la radio y un considerable alcance de usuarios en la internet, influyendo de esta manera en la percepción de la sociedad, la opinión pública y jerarquizando los temas difundidos.

Según McCombs y Evatt (1995), ‘‘Aunque los periódicos, la televisión y otros medios de comunicación colectiva no sean la única influencia, veinticinco años de investigación han mostrado que, individual y colectivamente, ejercen una influencia poderosa’’ (p. 1). Con el planteamiento anteriormente expuesto podemos enfatizar en la importancia que la audiencia le

suele brindar a los acontecimientos públicos dependiendo de la frecuencia con la que los visualicen o perciban, y la profundidad con la que sean tratados, es decir la cantidad de datos y fuentes que existan en la exposición de las noticias, por ello, los medios de difusión influyen en el desarrollo personal y colectivo de la población receptora, y se marca como responsable a uno o varios medios de comunicación.

La teoría posee tres tipos de agenda que se complementan en el desarrollo comunicativo, el primer estudio llamado *agenda-setting de los medios* posee dicho nombre debido a que su principal variable radica en evaluar los temas difundidos en cualquiera de los medios de comunicación. El segundo estudio investiga la *agenda-setting del público* ya que, calcula los niveles de importancia que genera la lista de temas seleccionados por comunicar a los usuarios (Mccombs et al., 2023). El tercer estudio *agenda-setting política* se enfoca en las propuestas y respuestas que implantan instituciones sociales o grupos políticos con respecto a ciertos temas específicos que generan debates en la sociedad debido a las distintas opiniones públicas, y son parte de las agendas de medios o agenda del público.

Maxwell McCombs junto a su socio de investigación Donald Shaw, en 1968 al estudiar el papel de los medios de comunicación tras las elecciones presidenciales estadounidenses, fueron los primeros teóricos en poner en evidencia la especulación que afirmaba que los medios de comunicación tienen una gran influencia al generar cierta importancia del público hacia los sucesos.

Motivo por el cual McCombs (2008) afirmó que ‘‘La transferencia de prominencia de la agenda de los medios a la agenda pública es un subproducto involuntario de la necesidad de los medios de comunicación de centrar su atención en un pequeño número de temas en un momento determinado’’ (p. 1). Gracias a este enunciado podemos deducir que los mass media que llevan a cabo la agenda de medios eligen ciertos temas para difundir, ya que no pueden cubrir todos a la vez, siendo así este hecho el motivo por el cual el pueblo considera más importantes algunos eventos que otros, es por esto que dicho proceso se transforma en un trabajo de agenda del público, convirtiéndose en la consecuencia de la necesidad de enfocarse en noticias específicas para mantener a los receptores informados, mantener su atención y preferencia en el medio.

Sin embargo, Bryson et al. (2006) especifican que la agenda setting de segundo nivel además de definir cuáles serán los temas tratados para generar interés social, también resaltan los aspectos que consideran prioritarios en cada uno de los acontecimientos y que generarán un mayor flujo en la opinión pública.

Estas teorías no solo están presentes en los medios tradicionales sino también en los medios digital, Guo y Vargo (2015) tras su estudio materializado en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en el 2012 comprobaron que los medios de difusión podían crear un acercamiento e identificación del pueblo con un candidato político, esto gracias a los fragmentos de los discursos, palabras previamente seleccionadas y analizadas para ser difundidas en redes sociales y medios tradicionales, causando sensacionalismo en los espectadores para así formar un criterio de ventaja o de desventaja hacia el aspirante a la presidencia.

Tras esta investigación y sus resultados los investigadores plantearon que los medios de comunicación tradicionales, aunque se dirigen a la extinción todavía se establecen en la agenda pública a pesar de enfrentarse a un entorno mediático moderno. A través de este planteamiento se explica la convergencia que los medios han tenido hacia la internet, sobre todo hacia las redes sociales donde aún pueden alcanzar un gran número de espectadores para influenciar en su visión al mundo exterior, así también se deja en evidencia como este análisis se convirtió en un estudio de tercer nivel, es decir, la información compartida formó parte de la agenda setting política, influyendo en grandes escalas a la percepción política pública y en las decisiones al momento de sufragar por los posibles futuros entes gubernamentales.

Por otro lado, resulta importante mencionar el proceso de los issues o temas en el establecimiento de la agenda, dicho en otros términos son los titulares que más preocupan a la población como la economía, salud, política o educación y por ende siempre están presentes en los medios de difusión.

Shaw y McCombs (1977) definieron como «issues» a los temas o sucesos que frecuentemente se visualizan en los mass media y fácilmente pueden ser agrupados por categorías. Lang y Lang (1981) revalidan este planteamiento afirmando que un tema en la agenda mediática puede ser cualquier acontecimiento que resulte discutible, es decir, el elemento cuestionable en la noticia es lo que hace que los medios la propaguen para generar interés en el público.

Al ser una teoría que investiga la transmisión de relevancia de las personas hacia imágenes y datos que comparten los medios de comunicación y que son utilizadas para crear una realidad propia generando así una jerarquización individual y liberada de los temas, se considera importante mencionar la existencia de los events o acontecimientos, mismos que dependiendo de las circunstancias estarán presentes en las portadas, son sucesos noticiosos relacionados a desastres naturales, accidentes o reconocimientos por acciones importantes realizadas.

Shaw y McCombs (1977) definió este término como el lado opuesto de los issues, debido a que los «events» no son hechos que ocurren frecuentemente y no se centran en un tiempo o ambiente fijo, por lo cual no son lo más apropiado para ocupar espacios importantes en la agenda.

Como componente complementario de la teoría de la agenda-setting existe el «framing» o encuadre, este componente se enfoca en conocer lo que los periodistas tienen por objetivo difundir al público para crear perspectivas, vinculándose de esta manera al desarrollo común de la sociedad. Entman (1993) asoció el framing con la selección y la relevancia para lograr el encuadre en el proceso de selección de elementos presentes en la realidad para resaltarlos en los medios de comunicación, es decir, poner en presencia del público aspectos problemáticos del mundo para generar opiniones y discusiones.

La teoría de la fijación de agenda en conjunto a su complementario elemento framing, es uno de los estudios más relevantes en el análisis de los efectos de los medios en la creación de la perspectiva y la opinión pública, son también la pieza clave para estudiar los efectos de los fenómenos mediáticos en los ámbitos políticos y públicos.

1.2.1.2 Teoría de usos y gratificaciones

La teoría de usos y gratificaciones (TUG) al contrario de otros estudios sobre los medios de comunicación ve a los usuarios como mediadores con el control absoluto del consumo de los mass media, mas no como receptores de mensajes sin percepciones ni derecho a opinar. La teoría plantea que las personas dedican tiempo a los productos audiovisuales y a los medios con la finalidad de complacer necesidades específicas y deseos, como el querer relacionarse con personas, informarse, entretenerse o simplemente despejar su mente relajándose.

Según Elorza (2024) esta teoría tiene por objetivo conocer la comunicación masiva a través de la apreciación de por qué las personas utilizan los medios de difusión, basando su enfoque en una pregunta significativa la cual plantea ¿qué efecto tiene la gente en los medios?

Este cuestionamiento ayuda a identificar por qué los usuarios prefieren confiar en la información de ciertos medios o consumir ciertos productos, examinando las elecciones voluntarias de los consumidores. Por dichos motivos los mass media deben satisfacer necesidades psicológicas y deseos de los consumidores, para así poder ganar reconocimiento y mantenerse a flote en el mundo de la competencia.

Elorza agrupa en cinco categorías las necesidades que llevaban a los usuarios a utilizar los medios de comunicación, estas son: necesidades de integración social, de integración personal, cognitivas, afectivas y de esparcimiento, sin embargo, debido a la era digital en la que vivimos y con la llegada de las redes sociales Whiting y Williams (2013) analizaron nuevamente estas categorías desde un contexto online e identificaron nuevas gratificaciones por las cuales la gente se motivaba a utilizar las redes sociales, estas son: el conocer sobre otras personas, la comodidad y la libertad de expresar sus opiniones.

Basándose en estos conocimientos, Elorza (2024) puntualiza que la teoría de usos y gratificaciones posee un hipotético conjunto de asuntos influyentes en la utilización de medios:

- Las audiencias son activas capaces de descartar y elegir el contenido que desean o no visualizar. En 1960 los medios notaron que la audiencia no eran un conjunto uniforme ni idéntico, y empezaron a ver a los usuarios de forma individual, social y psicológica, trabajando de una manera más detallada con la finalidad de tener mayor alcance y satisfacer las preferencias del público.
- Con la llegada de la web el concepto de *audiencias activas* se convirtió en *usuarios*, término que hace referencia a personas tras una pantalla con capacidades de generar contenido, de influenciar al público, de ser testigos y tener habilidades de cuestionamiento, creando así un constante flujo de intercambios mediáticos, nuevas gratificaciones en este ámbito influenciado por la evolución digital.
- El consumidor decide en que medio informarse. Se descarta la idea de que el medio es el responsable de lo que ve el espectador, ahora son los usuarios quienes deciden que ver según sus intereses, valores y necesidades, es decir, los mass media comparten contenido para la audiencia, sin embargo, son las personas quienes deciden prestarle atención al contenido o simplemente ignorarlo. Complementando este concepto mencionamos a Roses y Farias-Batlle (2012) quienes plantean que los cuestionamientos a cerca de la importancia de los medios y su posible influencia en la mente de las personas crea un debate sobre la consideración que se debería tener con respecto a ciertos temas.
- El usuario busca el contenido conscientemente y es el responsable de cómo lo interpreta. La TUG estudia la relación entre estímulo y respuesta, propone que los usuarios deciden como interpretar lo que visualizan, además se ven influenciados por los estímulos solo si ellos quieren ser afectados por los mismos.

- Los medios compiten entre sí para llamar la atención de los espectadores, satisfacer sus deseos y así tener un mayor número de usuarios. El público recuerda sus experiencias con los medios, implicando como el contenido influyo en su vida o percepción de su entorno, así es como se mantiene fiel a dicho medio u opta por informarse y pasar su tiempo en uno distinto.

Martínez, (2010) manifiesta que la teoría se ha ampliado gracias a la alta influencia de las redes sociales en la población, debido al paso que se otorga a la interacción entre personas, brindar compañía, confianza, felicidad, diversión, mensajería y cuidado, además de la facilidad de encontrar distintos recursos o servicios, ser un medio de entretenimiento y estimular la imaginación. Sin embargo, debemos comprender que estos sentimientos son ficticios, debido a que las redes sociales crean falsas interpretaciones, como el creer que todos los miembros de la red son amigos cuando realmente son personas que comparten su vida y nos hacen sentir cerca de ellos cuando apenas son conocidos o incluso desconocidos.

Castells (2012) plantea la idea de que las plataformas digitales gracias a la innovación tecnológica constantemente han sumado herramientas que facilitan las prácticas y usos dentro de una retroalimentación entre el usuario y la tecnología. A través de este planteamiento se logra deducir que el desarrollo socio-comunicacional se puede analizar desde variables distintas, a través de aspectos personales como el género, edad y raza, también de factores sociales como la educación, creencias y cultura, para así encontrar la variedad de gratificaciones que localiza el público al momento de usar las redes de mensajería y por ende desarrollar nuevas accesibilidades.

La constante evolución digital que se presencia día a día y las nuevas preferencias de la sociedad demandan una continua actualización del encuadre de la TUG, la necesidad de sociabilizar, informarse de manera eficaz e inmediata, el querer compartir situaciones precisar de la vida personal, volver a contactarse con personas lejanas o de épocas pasadas y el darse a conocer con otros usuarios, son algunos de los motivos principales por los cuales el público se ha acercado a la internet y a sus distintas plataformas.

Sundar y Limperos (2013) analizaron veinte noticias publicadas entre 1940 y 2011 mismas que ofrecían gratificaciones con distintas características. Tras efectuar este estudio encontraron la existencia de gratificaciones específicas vinculadas con páginas web emergentes como las redes de mensajería, páginas de video, etc. Por otro lado, evidenciaron gratificaciones más

generales en funciones informativas, sociales, búsqueda de información y entretenimiento, especialmente en los nuevos medios.

Como respuesta a dichos resultados y con el objetivo de no limitar la compresión ni reducir la relación entre usos y gratificaciones de los medios, Sundar y Limperos (2013) proponen una teoría llamada «Main» misma que contextualiza cuatro características que nos ofrecen los medios digitales, estos son:

- Modalidad: conecta las distintas presentaciones textuales, sonoras y audiovisuales que podrían estar presentes en los contenidos que observamos en los medios de comunicación tradicionales y en los actuales.
- Agencia: esta posibilidad nos da paso a la interacción como creadores y consumidores de contenido, un ejemplo claro de ello es el espacio de comentarios que poseen las publicaciones de las redes sociales, lugar donde se intercambian distintos puntos de vista y se crea una mayor interacción con el público y los productores.
- Interactividad: nos permite ser mediadores o terceras personas en la influencia del contenido para poder manipularlo a nuestro gusto y conveniencia.
- Navegabilidad: característica que nos permite introducirnos en la web, movernos en ella, para buscar y compartir datos.
- Los teóricos que plantean estas funciones mencionan que son los caracteres que intervienen en las motivaciones del cibernauta y logran ejecutar un registro más específico y realista de los medios digitales. Sin embargo, al no ofrecer los mismos instrumentos de conectividad su utilidad es condicionada.

1.2.2 Periodismo

Martini (2000) ‘‘El periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social, y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa’’ (p. 15). Con el enfoque realizado por Stella Martini obtenemos un concepto global sobre el periodismo, mismo que dicho en otras palabras se puede definir como la disciplina que interpreta la realidad social, es la profesión enfocada en la actividad de difundir masivamente mediante los medios de comunicación hechos suscitados en nuestro entorno. Es considerado como una ciencia ubicada en la rama de las ciencias de la comunicación y comunicación social, implicando de esta forma el poseer información, brindarle el respectivo tratamiento e interpretaciones para posteriormente redactarla y extenderla hacia la sociedad.

El hecho más noticioso siempre será el que tenga mayor consumo, por ende, las noticias compartidas se deben considerar como sucesos relevantes o pertenecientes para el público, ya que, su objetivo es otorgar información oportuna, inmediata y veraz, misma que se recolecta a través de testigos, datos establecidos por instituciones, evidencias, entre otros, para posteriormente ser plasmada en productos comunicacionales, a través de los medios de difusión masiva. Por lo cual, resulta importante mencionar que el periodismo crea efectos en el consumidor, ya que este a través de los datos que percibe puede reflexionar, tener una perspectiva diferente de la realidad y opinar.

Sin embargo, con la llegada de la internet Ramonet (2011) expone que el impacto de este sistema está ocasionando un cambio extremo en el mundo mediático al punto de dirigirse a la extinción del diario, es decir el periodismo ha evolucionado de manera positiva, ha roto el esquema de unidireccionalidad de solo existir un emisor y un receptor en el proceso de comunicación, para ahora dar paso al cambio constante de papeles y ambos poder actuar como emisores y receptores, contribuyendo en la retroalimentación del proceso de difusión.

Motivo por el cual las instituciones periodísticas están creando nuevos conceptos en cuanto a su papel como creadores de contenido, debido a que la tecnología y sus continuas renovaciones cambian constantemente la concepción de las escuelas de periodismo, por esto se crean nuevos pensamientos que promueven el aprendizaje permanente y la versatilidad para crear noticias de alta calidad.

Caminos et al. (2007) aportaron a la idea del periodismo digital al mencionar que la información de la red al ser continua debe exigir altos estándares de calidad, además de una constante actualización de las normativas con respecto a la comunicación, debido a los estilos de difusión que se regeneran en rangos cortos de tiempo con la finalidad de aumentar el consumo.

Gracias a esta renovación del contexto, se han creado nuevas formas y oportunidades de contar episodios de la realidad, hoy en día un audio, un video, galerías de fotos, textos cortos o infografías pueden ser consideradas como periodismo, otorgando la oportunidad de que cualquier persona logre cumplir el rol de periodista mediante sus redes sociales, por lo que se ha convertido en uno de los estudios con mayor demanda en la actualidad, en este sentido, tanto como profesión o como «hobbie» implica una gran responsabilidad.

En un mundo lleno de información instantánea y constante, las personas se han acostumbrado a conocer diariamente lo que ocurre en el mundo, la actualidad presencia sucesos de interés

que son difundidos en grandes escalas, mismos que incluso rompen la frontera de la distancia, existen tantos medios de comunicación ya sea tradicionales o contemporáneos presentes en nuestro diario vivir, que, si llegáramos a perderlos todos o por alguna razón no tenemos acceso a ellos, se crea un sentimiento de soledad, razón por la se obstruye la noción del mundo exterior al pensar que todo a nuestro alrededor está igual que siempre y no se conoce nuevos acontecimientos.

Así pues, una sociedad carente de periodismo también percibe la ausencia de informarse de sí misma, para conocer sus situaciones actuales ya sean problemas o beneficios, y para deslumbrarse con el raciocinio de sus pensadores vecinos. Por lo tanto, podemos decir que el periodismo es un espacio para reunirse en sociedad e incluso consigo mismo.

Al momento de crear información que tenga por objetivo tener un gran alcance en la sociedad de acuerdo con las preferencias del público y para llevar a cabo el respectivo tratamiento informativo es importante identificar qué tipo de periodismo se ha desarrollado, por ello Cruz y Micho (2014) recalcan que este puede clasificarse en tres géneros:

- De opinión: Emisiones en las que se plasman puntos de vista, percepciones de la realidad, respuestas o interpretaciones, como en los artículos de opinión, columnas y reseñas, López (1995) recalca que esta idea nace por medio de las columnas a partir de la falta de material para implementar las clases de *Géneros periodísticos interpretativos.*
- Informativos: Contenido que tiene como finalidad emitir información verificada, actual y de interés para la sociedad, como lo es la noticia y el reportaje.
- Híbridos: Publicaciones en las que se conjuga el aspecto informativo mediante la opinión pública y lo neutro como en el caso de la entrevista y la crónica.
- De la misma manera Cruz y Micho (2014) plantean que estos géneros pueden poseer distintas características que son la pieza clave al momento de captar la atención del público, debido a que satisfacen las preferencias y deseos del receptor, estas se dividen en:
- Aplicar fuentes confiables, pueden estar presentes de manera anónima o pública, adhiriéndose al código de ética que promueve la imparcialidad, objetividad y veracidad en los datos difundidos.
- Utilizar de manera estratégica los medios de comunicación masiva como la televisión, la radio, el diario y los medios digitales, para así alcanzar un gran número de receptores informados de distintas maneras y temas de actualidad, beneficiándose de las herramientas comunicativas que nos ofrece la emersión de los nuevos saberes.

- Resguardar la libertad de prensa, es decir, contar con el poder del estado al momento de crear una nueva línea editorial con características de liberación.

Llobet (2006) expresa que bajo estos criterios se sustenta la consideración y el por qué el periodismo es importante y el porqué es valiosa la participación adecuada de las organizaciones gubernamentales y las que no lo son que desarrollen aportaciones informativas igualitarias. A pesar de ello al momento en el que se habla de libertad de expresión es imposible no pensar en la fuerza e intervención política que presencian los medios, ya que, son guardianes de los actores sociales, económicos y políticos, mismos que son asuntos de preocupación en el pueblo, por lo cual hablar de dichos temas que engloban a las autoridades gubernamentales siempre es el camino más fácil hacia la interacción y la atención.

El periodismo permite al pueblo debatir con las autoridades y levantar la voz con la finalidad de ser escuchados y recibir respuestas a contenido de interés, no obstante, si el medio no se rige a su código ético profesional, y ocultan, mienten o deforman opiniones se convierten en actores políticos que no cumplen con su responsabilidad de informar.

El individualismo del periodismo al margen de los temas estatales logra ser considerado democrático y neutro, debido a que en ocasiones puede informar sobre testimonios o acciones que perjudiquen a la política, por dicho motivo esta profesión es considerada como el *cuarto poder.*

Robledo-Dioses (2017) manifiesta que el rol que desempeña la profesión involucrada en poderes legítimos convierte a los periodistas en actores responsables de los cambios sociales que permiten el desarrollo y conservación de la democracia. Razón por la que un periodismo temerario del poder político y obligado a la censura no lleva a cabo el respectivo rol de su profesión, desfigurándose al punto de convertirse en un carácter de propaganda.

1.2.2.1 Prácticas y roles periodísticos

Las prácticas periodísticas se conocen netamente por ser la actividad de almacenar información verídica y adecuada sobre los temas de interés social, a través de fuentes confiables que son considerada como la materia prima de la noticia, misma que posteriormente será puesta a disposición del público.

De León (2004) las define como la oportunidad de conocer la manera en la que los periodistas realizan noticias, radicando en la necesidad de abordar ciertos procesos sociales tratados y expuestos por instituciones mediáticas. Es decir, están influenciadas por normas éticas y

tendencias tecnológicas que actúan como filtros de protección sobre lo que se publicará estableciendo un modelo de reglas que se deben seguir dependiendo del medio de comunicación, por ende, podemos mencionar que son prácticas presentes en cada una de las elaboraciones de las noticias, que se llevan a cabo con la finalidad de impartir información de calidad facilitando la comprensión del espectador, para lo cual se incluye la verificación, selección, recopilación y presentación de los datos.

Las prácticas y roles periodísticos están relacionados al punto de complementarse mutuamente, ya que, mientras las prácticas son los procedimientos, los roles son las funciones que cumple el periodista al efectuar su trabajo, estos pueden manejarse desde el reportero hasta el editor que ajusta los contenidos para posteriormente publicarlos. Berganza et al. (2010) manifiestan que estas acciones pueden ser interpretadas de distintas maneras dependiendo del contexto cultural del consumidor y sus alrededores, estos hechos se ven plasmados en la imagen que tiene hoy en día el periodista y su papel profesional que depende del país en el que ejerce.

A pesar de que estas funciones se ven modificadas por la llegada de la tecnología y la internet el proyecto *Journalistic Role Performance (JRP)* desarrollado entre 2019 a 2022 da paso a la posibilidad de observar los distintos papeles que cumplen los periodistas al ejecutar su trabajo, plantean que los roles periodísticos pueden explicarse a partir de tres dimensiones:

- El grado de presencia del periodista en la narración.
- A partir de este planteamiento surgen dos modelos periodísticos, el primero es el intervencionista el cual presencia la participación del profesional permitiendo ver su percepción de los hechos; por el contrario, el segundo modelo es el distante, que como su nombre mismo lo define es la distancia entre el periodista y los sucesos, es decir, el sujeto se limita a únicamente presenciar y difundir la información del acontecimiento.
- La relación del periodismo con el poder político.
- Esta dimensión posee dos modelos profesionales; el «watch dog» o traducido al español como *perro guardián*, monitorea el poder legislativo en temas políticos o económicos, para así publicar aspectos positivos y negativos, por otro lado, el modelo leal facilitador actúa como defensor del poder por lo cual se mantiene cercano a él para difundir aspectos positivos.
- Los medios por los cuales el periodista se acerca a las audiencias.
- En esta característica se presencial tres modelos, el primero es el periodismo cívico que provee la oportunidad de que la sociedad levante su voz y participe en el debate público en busca de una respuesta o solución favorable, el segundo es el periodismo de servicio

mismo que brinda al público información necesaria y útil para el disfrute de servicios, por ultimo pero no menos importante está presente el periodismo de infoentretenimiento, que busca mantener la atención del público mediante el entretenimiento.

De esta manera los roles periodísticos decretan el papel y función del profesional en la elaboración de las noticias, mientras que las prácticas periodísticas son las acciones específicas y métodos que permiten a estos roles efectuar sus obligaciones bajo los conceptos de la efectividad y la ética profesional, para conjuntamente formar una estructura elemental de la labor del periodismo.

1.2.2.2 Ética periodística

La ética periodística es un estudio deontológico vinculado a las normas y valores de tipo moral y jurídico que dirigen la correcta ejecución de las actividades del periodista, con la finalidad de establecer características éticas específicas que se deben seguir a niveles mundiales o nacionales para demostrar la manera correcta de difundir noticias, es decir, en la labor informativa se necesita una base ética para respaldar que la información que llegue al público sea correcta y a través de ello velar por el derecho a la información verídica e inmediata.

Renquejo (1986) menciona que el buen comunicador debe tener compromiso con sus consumidores y formar un criterio sobre el mundo que lo rodea, así también aportando a este concepto podemos mencionar que Manfredi (2020) afirma que la ética es un complemento valorado y reconocido por el público. Sin embargo, el profesional debe optar si seguir la lealtad de sus principios o de lo contrario ignorarlos y no ejecutar su trabajo de manera correcta convirtiéndose en un influenciador negativo en la sociedad.

Normalmente se juzga la calidad de los mass media a través de la percepción del cumplimiento de los códigos deontológicos, mediante los cuales se lo puede denominar un medio bueno o malo, el respeto a dichas reglas de conducta en los procesos de búsqueda, ejecución y difusión de los datos demuestran el compromiso que se tienen con la profesión y con el receptor, por lo cual tras una correcta comunicación asertiva existen periodistas enfocados en cumplir las normas impuestas por la ética periodística.

No obstante, Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019) exponen que existe el fantasma de la posverdad en el mundo del periodismo, mismo que distorsiona la realidad manipulando ideales y sensaciones con el objetivo de influir en los comportamientos y opiniones públicas que a

pesar de no ser lo mismo podría encajarse en el mundo de las «fake news» por ello, la posverdad no es considerada como un error sino como una decisión propia.

El periodismo carente de ética es un periodismo irresponsable que pierde su objetivo, convirtiéndose en propaganda o en una historia falsa que no debería estar publicada, ya que, no son datos reales y por ende desinforman a la comunidad atentando en contra de sus derechos.

A pesar de ello es importante recalcar que esta profesión depende de la confianza e interés de los consumidores, por lo cual el trabajo se debe llevar a cabo bajo parámetros éticamente correctos, puesto que, el punto determinante para la ética periodística es la responsabilidad social que permite concientizar sobre las consecuencias que se pueden generar a partir de una comunicación errónea, como esta puede atrasar el desarrollo colectivo e individual, y como por el contrario se debe trabajar a raíz del interés comunitario beneficiando a un conjunto de personas. Por esta razón Kovach y Rosenstiel (2012) establecen una pauta sobre las normativas que los medios deben seguir para cumplir correctamente con sus objetivos.

- Como primera instancia se debe procurar manipular solo información verdadera, legalmente otorgada a través de testimonios personales o datos establecidos por fuentes confiables e interpretados mediante un lenguaje claro que facilite la comprensión del receptor.
- La imparcialidad del periodista es un punto clave para la inexistencia de datos alterados, este no debe actual a favor o en contra de nada ni de nadie, para que así no incite a la formación de opiniones externas de acuerdo con sus creencias y mucho menos publicar únicamente lo que se adecue a sus gustos.
- El correcto desarrollo de esta profesión sobreguarda la privacidad, dignidad y seguridad de las personas involucradas en los acontecimientos o al momento de ejercer como testigo. Bajo los conceptos de la humanidad como la unión de varias disciplinas vinculadas a la cultura humana se trabajó en consideración a los derechos de privacidad y honor de las personas.
- Al momento de recolectar información para producir la noticia, el periodista debe considerar la intervención de terceras personas, es decir, de expertos o testigos como datos importantes y posibilitar las aclaraciones a través de los medios en los que labore o con los que desee contribuir.
- El pluralismo también es parte de la ética periodística, ya que, mediante este sistema se promueve el respeto a la diversidad de culturas, creencias y opiniones, valor que debe

iniciar desde el medio de comunicación para así influir del mismo modo en los consumidores.

Aun así, estos parámetros no se pueden exigir a un usuario apasionado por la creación de información, debido a que en situaciones no se puede tratar de un profesional en el área sino más bien de un ciudadano con un pasatiempo, por otro lado, el periodista está obligado a producir contenido basado en el código deontológico de sus competencias profesionales, debido a que los medios tiene el privilegio de poseer la confianza del pueblo que ha sido atribuida con la esperanza de informar con veracidad, libertad y neutralidad sobre temas que le interesan a la sociedad.

1.2.2.3 Tratamiento informativo

Uno de los elementos más relevantes en el mundo del periodismo es el tratamiento informativo, mismo que establece una estructura en los medios de comunicación que se enfocan en informar a su público objetivo, por lo cual, seleccionan temas de interés social, determinan el orden de los datos que se difundirán y poner a disposición del público la información acompañada de elementos que faciliten la comprensión.

En este proceso el periodista se encuentra en un constante aprendizaje de los nuevos métodos comunicativos, se compromete a informar responsablemente siguiendo los parámetros adecuados de difusión de mensaje, organización del espacio, utilización de herramientas comunicacionales y adecuación en el tiempo, basándose en principios de veracidad, diversidad, neutralidad, entre otros factores que marcarán un estilo distintivo en cuanto a la inventiva.

En este sentido, podemos manifestar que la responsabilidad social que tenga el periodista junto a los mass media deben cumplir con la ética profesional que existe entre el remitente y el receptor al momento de informar, transmitiendo porque la noticia es importante, su contexto y su significado, aspectos que debieron ser establecidos previo a un tratamiento de la información donde se verifique su autenticidad, es decir, además de trabajar bajo los conceptos del respeto, la ética y la disciplina, se debe contar con datos otorgados por fuentes confiables y objetivas para así no vulnerar las emociones de los implicados.

En este proceso es importante contar con un profesional que en cada una de las notas plasme su experiencia, seriedad y profesionalismo, por ello, Torres et al. (2019) recalcan que de esta manera el comunicador era evidente la diferenciación que existe entre el mundo fantástico y el real, entre los productos comunicacionales que se basan en lo trágico y los que se enfocan en lo dramático y sobre todo se pondrá fácilmente a la vista la falsedad y la verdad. A través de

este enunciado podemos mencionar que, a pesar de existir normas generales, cada institución establece sus propias normativas y valores empresariales a seguir, que de todos modos separarán la información veraz de las noticias falsas.

El tratamiento informativo influye directamente en como el público percibe la realidad, debido a que en la fabricación de la noticia dependiendo de si su enfoque es político, según los intereses comerciales y características de su público objetivo, pueden minimizar o destacar ciertos aspectos contribuyendo al desarrollo de la opinión pública, además de integrar comentarios y argumentaciones que aportan al entendimiento de los eventos.

A través de este proceso el consumidor comprende bajo que contexto suscitó cada acontecimiento, Suarez (2020) manifiesta que el entendimiento de la estructura del tratamiento permite percibir el enfoque de la noticia, por consecuente, podemos mencionar que la audiencia llega a conocer dicha información por medio de la recolección de datos y verificación de los mismos, detrás de estos procesos existieron puntos a tomarse en cuenta como el prever a quienes se van a entrevistar y porqué, que es lo más o menos importante por dar a conocer y la duración o extensión del producto comunicativo.

No podemos dejar de lado la importancia de mencionar como los desarrollos tecnológicos favorecen grandemente a los medios de comunicación, ya que, el lenguaje y el tratamiento de la información que emplean es mucho más favorable que la de los medios tradicionales, debido a que ponen a disposición herramientas de multimedia como videos, imágenes, artes gráficos, animaciones, entre otros elementos que se elaboran con la finalidad de cautivar y llamar la atención del receptor.

A pesar de ello, hay puntos que el periodista debe considerar obligatoriamente al momento de crear su trabajo, uno de ellos es la jerarquización que como lo mencionan Barboza y Annuasi (2023) en este punto se adapta un escenario en el que el proceso de jerarquización de la información se limita a la aceptación del público por las TICS. Es así como este proceso se relaciona en grandes escalas a la teoría de la agenda-setting, debido a que en este aspecto por medio de los intereses sociales se otorga un nivel de importancia a los temas a tratar, mismos que según como sean considerados ocuparán mayor o menor espacio, tiempo al aire e incluso su valor se verá reflejado en el orden en el que los medios de comunicación difundan las noticias, no obstante, en este paso se debe tener en cuenta que el estilo del medio puede descartar o apreciar temas que en otras fuentes con intereses distintos serían colocados de diferentes maneras.

Así también, el contexto y el enfoque o «framing» es parte de este proceso debido a que dependiendo del tratamiento que se le otorgue a una noticia y el encuadre que maneje el medio se puede crear una percepción u opinión pública positiva, negativa o neutral, dentro de estas consideraciones Ardèvol-Abreu (2015) recalca que el framing no solo se enfoca en el emisor, sino también en cuatro elementos comunicativos que son: el emisor, receptor, la información y la cultura donde también influye el lenguaje empleado, las imágenes y sonidos que complementan el conocimiento sobre la historia compartida.

1.2.2.4 La información en el periodismo

Si bien sabemos el periodismo es la profesión que se encarga de difundir hechos de la realidad a la sociedad, por ende, el término *información* está muy presente en esta práctica debido a que por medio de ello se amplían conocimientos, transmite y educa a los receptores mediante sus mensajes, convirtiéndose en un concepto presente en el día a día de nuestra realidad e incluso en las tecnologías, por lo cual se considera como materia prima las fuentes informativas que otorgan datos, mismos que posteriormente serán plasmados en los productos comunicacionales.

El desarrollo de las tecnologías de la información, incorporan en la web nuevas herramientas comunicativas, Ríos Ortega (2014) plantea que la entrada de los estudios enfocados a la información y al desarrollo tecnocientífico han influido de distintas maneras en la sociedad, tanto en los ámbitos de la cultura, como en la ciencia y en las disciplinas.

Debido a este concepto planteado por Ríos podemos mencionar que el vínculo entre periodismo e información se vuelve más preciso por medio de la internet, debido a que, al crear un intercambio de ideas entre las personas de una comunidad y el medio, además de incluir el estudio de la tecnociencia se logra observar el desarrollo que se ha generado en cuanto al conocimiento, búsqueda e innovación que aportan a la formación de nuevos conceptos y creencias, además de a la toma de decisiones.

Más, sin embargo, y a pesar de que las personas obtienen los mismos datos la información recibida puede ser distinta debido a los pensamientos individuales del consumidor lo cual los hace actuar de manera diferente, por esta razón a lo largo de los años el concepto de información dentro del periodismo a estado expuesto a un sin número de cambios.

Motivo por el cual aparece la *Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)* mismas que según Cruz García (2019) ‘‘en el mundo de la documentación ha provocado la aparición de nuevas tipologías de fuentes o la transformación de otras ya existentes. Por esta razón, a veces,

la distinción entre tipologías puede resultar bastante confusa'' (p. 1). Es decir, hoy en día contamos con una variedad más amplia de recursos y fuentes de información que poseen diferentes conceptos a considerar en la creación de noticias, por lo cual, en ciertas ocasiones puede generar desconfianza o confusión en el público que percibe una gran variedad de datos que a veces pueden llegar a complementarse o por el contrario a contradecirse, por ende, existen distintos tipos de información que se generan dependiendo de la relación que exista entre el emisor y los posibles receptores.

La información clasificada es a la que solo accede un grupo específico de personas, debido a que puede ser considerada como peligrosa o delicada, por lo general se trata de datos ocultos por el estado temerario a las causas negativas que puedan ocurrir en el país a partir de la divulgación de esta información, sin embargo, Bodega Marín (2022) al no estar a favor de este suceso menciona que la transparencia y apertura a la información son conceptos éticos que deben ser tomados en cuenta para que entes gubernamentales aclaren las dudas del pueblo. Por ello se deben convertir estos datos en documentos públicos que por el contrario no poseen ningún grado de privacidad y son accesibles para el consumidor.

Por otro lado, la información personal puede ser de carácter externa o interna, y pertenecerle a una persona, organismo o empresa, mismos que tienen el poder de decidir si es consumida internamente por ellos o compartirla con instituciones externas.

La investigadora estadounidense Cornish (1977) establece que para recolectar esta información existen cuatro técnicas disponibles que fácilmente son sustituibles, pero a pesar de ello no se pierde la calidad y mucho menos la cantidad de la información que además de las interacciones personales con intermediarios se pueden efectuar a través de contactos imprevistos localizados o gestionando conocimiento y datos claves recolectados.

Es así como se efectúa la recolección de información, misma que dentro del periodismo y los nuevos medios de comunicación podría llevar el nombre de información de intercambio, debido a que se ha convertido en un proceso horizontal entre el remitente y el destinatario, donde ya no es únicamente el emisor el que comunica sobre los sucesos, sino también ahora el receptor se informa y de acuerdo a los datos, en conjunto con sus perspectivas ya impuestas en su desarrollo intelectual genera un punto de vista, cuestionando lo que consume e influyendo en quienes sigan sus creencias.

Pese a ello, esta información representa retos en la sociedad, ya que, el pueblo debe considerar si la retroalimentación planteada por el público es una forma de perjudicar al medio o realmente

está buscando beneficiar a la población contribuyendo con más detalles de los datos o cuestionándolos en búsqueda de una mejor explicación y transparencia de lo compartido.

1.2.3 Comunicación e internet

Si bien sabemos los medios de comunicación como la radio, el periódico y la televisión existen desde hace varios años atrás, sin embargo, con la llegada de la internet a partir del año de 1990 los medios, en especial los diarios incorporaron en su estrategia de difusión la llegada a la web, con la finalidad de tener un mayor alcance a pesar de que en ese momento no todas las personas tenían acceso a esta evolución tecnológica.

Es así como en la actualidad debido a la presencia de la internet en nuestro día a día, se ha dejado de lado el consumo de medios tradicionales, sobre todo por parte de las nuevas generaciones por lo cual estos se han visto obligados a emerger a la web, ya sea a través de redes sociales o por medio de páginas digitales.

Díaz-Noci (2010) formula que los mass media en la web en varias ocasiones han demostrado estrategias y tendencias influidas por variables empresariales y económicas, a pesar de ello, han innovado el lenguaje empleado en la comunicación, debido a que una parte muy importante de los medios además de informar es el entretener.

Debido a que hoy en día la prensa más consumida es la digital, esta tiene que mantener la atención del público, por lo cual, varios de ellos optan por incorporar un lenguaje un poco menos formal que haga sentir al usuario más conectado a los sucesos, así también distintas estrategias de comunicación como la publicidad, nuevos modelos de estilo radiofónico como los podcast, la incorporación de la televisión, revistas, transmisiones en vivo de los hechos, textos más cortos con información precisa acompañada de imágenes para la mejor comprensión de los sucesos, la gran variedad de páginas de noticias e incluso las películas se han integrado a un mismo soporte, han sido el enganche para que el pueblo prefiera consumir internet y no medios tradicionales.

López García (2005) al estar a favor de esta convergencia manifiesta que este proceso ha incentivado nuevas estrategias de aprendizaje, ha promovido la democracia e impulsando la constante innovación poniendo a disposición mayor acceso a los contenidos. Por estos motivos la internet se convirtió en el primer medio de difusión masivo de la historia, debido a que fue el primer medio de comunicación que dio paso a la *horizontalización*, es decir, a la retroalimentación de los productos informativos compartidos logrando un equilibrio entre realización y admisión.

A pesar de ello, los medios de información no pueden dejar de lado su esencia de actuar como mediadores en los hechos ni su papel primordial como creadores de contenido, ahora deben considerarse también como administradores de productos comunicacionales y como impulsadores del conocimiento, colaborando así al desarrollo en comunidad, por este motivo actualmente podemos presenciar el *periodismo inmersivo* mismo que no se conforma con solamente informar, sino también tiene como objetivo que el receptor compruebe por sí mismo lo que se ha deseado transmitir.

La tecnología ha permitido incorporar una gran variedad de formatos que posibilitan la difusión de los datos, ya que, al vivir en una era de inmediatez se prefieren las noticias breves, es decir los textos cortos, imágenes y videos generan mayor consumo y por ende mayores niveles de interactividad por parte del público, Orihuela (2002) advierte que ‘‘esta característica de la Red suele dar lugar a la polémica acerca de su identidad como medio y a la supuesta sustitución de los medios anteriores’’ (p. 3). Es decir, debido al contenido, lenguaje, estética y alcance que caracteriza a cada uno de los mass media, consecuentemente se ha llevado a que los viejos medios tengan una nueva percepción de las formas de comunicar, por ello se han fortalecido innovando su contenido y su identidad.

La renovación del contexto informativo es el aspecto central por tomar en cuenta cuando hablamos de industrias informativas y comunicación pública, debido a que este posibilita la inmediatez de las noticias e incluso observar el minuto a minuto de la actualización de la información.

Gracias a la opción *en vivo* que tienen ciertas páginas web y las redes sociales, logramos ser testigos de los hechos, sin embargo, a pesar de ser una gran ventaja en esta modernidad mediática también puede resultar en una desventaja, ya que, la era digital en la que vivimos es representada por la velocidad exigida por el pueblo, en constantes ocasiones se puede romper las estructuras del tratamiento informativo por el cual debe pasar cada hecho antes de ser difundido, la veracidad de los sucesos depende netamente de lo que el periodista transmita en su encuadre y las fuentes son netamente las observaciones de los testigo.

1.2.4 Sociedad red

El acelerado desarrollo tecnológico que se ha presenciado en las últimas décadas enfocado en las tecnologías de la información actualmente es el núcleo de nuestras vidas debido a su capacidad de introducción alrededor de la actividad humana, ya que, vivimos en una sociedad

red constituida por redes de personas y organizaciones en función de las redes digitales, todos ellos con capacidades de comunicarse a través de la web.

Castells (2001) interpreta el concepto de sociedad red como un contexto en constante evolución que se retroalimenta del desarrollo de actitudes, percepciones y comportamientos, convirtiendo así en impulsadores de cambios tan rápidos como colectivos a los ciudadanos, organizaciones y mercado.

Sin embargo, no podemos mencionar que la tecnología decide por la sociedad y mucho menos que la sociedad indica el progreso de la tecnología, debido a que esta evolución se ve afectada por varios obstáculos que afectan en el proceso de innovación digital, búsquedas científicas y estudios sociales, por ende, este proceso depende netamente de los modelos de interacción que logren contribuir en el estudio.

La red posee diversos grados de poder e influencia en la sociedad, ya que, constantemente trabajan por facilitar la vida del pueblo, hoy en día el salir de casa a desarrollar ciertas labores es opcional, debido a que a través de la web podemos generar pagos de servicios básicos, comunicarnos con personas lejanas, hacer compras entre otras facilidades marcando un estilo de vida diferente que marca significativa una tendencia en nuestra generación y las próximas, son beneficios originados de la intercomunicación entre usuarios.

Por estos motivos, Uriarte y Acevedo (2018) afirman que ciertas características vinculadas a la red son la flexibilidad y agilidad que se presentan en su estrategia de resolución de problemas, es decir, una red consigue poseer un grupo específico de usuarios interesados en cada una de sus funciones a disposición del público.

La red también posee aspectos negativos a considerar, uno de estos es la sostenibilidad de cada una de las plataformas, que en una sociedad mediática tan apresurada la complejidad de utilizar algunas de ellas puede concluir en un grave descenso de consumo e incluso en el olvido o desaparición de la página. Así también el cambio generacional puede resultar siendo un problema debido a la poca costumbre o desconocimiento de las tecnologías y sus facilidades, en los últimos 25 años se ha tenido que difundir mayormente este conocimiento a las generaciones pasadas no acostumbradas a la rutina digitalizada para generar mayor conocimiento del contexto de la red.

Con la llegada revolucionaria de la tecnología algunos aspectos de la realidad como la información, investigación y la comunicación han ganado mayor relevancia al punto de caracterizar a una sociedad, los diversos componentes de la red, acompañados de las TIC han

facilitado el conocimiento sobre lo que ocurre constantemente a nuestro alrededor por medio de páginas digitales de diarios e incluso a través de perfiles de redes sociales que poseen como objetivo el informar, de la misma manera crean un fácil acceso a los datos que se necesita para crear investigaciones científicas, mismas que posteriormente colaboran en la educación del pueblo, así también se posee distintas redes de mensajería que posibilitan la rápida comunicación entre personas o instituciones sin importar la distancia que exista de por medio.

Con relación a los aspectos de investigación y tecnología de la sociedad red Mena y Lizenberg (2013) mencionan que para crear una investigación con resultados más precisos el investigador hoy en día cuenta con la facilidad de relacionarse con otros expertos en el tema para instruirse o trabajar en conjunto con ellos, apoyar su trabajo en fuentes bibliográficas confiables y acceder a bases de datos fiables con actualizaciones constantes de acuerdo con los cambios presentados en la realidad.

Es así como el desarrollo y el subdesarrollo colectivo e individual que nace a partir de la influencia de las redes mundiales constituyen una nueva estructura en la sociedad actual, mediante la cual se ha transformado la cultura, el poder político, la experiencia, la información, las interrelaciones y la productividad, la sociedad red es un sistema abierto y dinámico capaz de mejorar y expandirse con rapidez, por lo cual siempre otorgará paso a que nuevos nichos de personas se integren a ella.

1.2.5 Opinión pública en redes sociales

El desarrollo tecnológico dentro del espacio público, por medio de las redes sociales ha facilitado la unión entre los usuarios de la red con intereses similares sin importar la distancia entre ellos, ampliando el acceso a la información y a la difusión. Es así como las redes de mensajería han favorecido las interrelaciones personales, formando parte del área virtual de la tecnología en la cual la opinión pública siempre estará presente.

El espacio virtual, en específico las redes sociales son el nuevo ambiente público donde interactúan distintos grupos de personas con diferentes puntos de vista, convirtiéndose en un escenario de debate donde se presencia millones de percepciones, algunas que se complementan entre ella y otras que se contradicen totalmente.

Dentro de este concepto es importante mencionar a la Web 2.0, sistema que llegó a darle una nueva definición a la web, ya que, esta permite que los usuarios interactúen entre sí ya sea de manera pública o privada y tengan mayor conocimiento por medio de sitios virtuales limitados a la visualización de información. Es decir, la web 2.0 llega a complementar y a darle una nueva

finalidad a la internet, con un aspecto más colaborativo, personal y participativo totalmente contrario a la web 1.0 que poseía únicamente sititos fijos sin interacción alguna, lo que tuvo por consecuencia el desinterés social.

Esta renovación tecnológica les da la oportunidad a los ciudadanos de cumplir con el papel de informadores y aportar a complementar la información compartida especialmente por medio de las redes sociales, al receptar altos niveles de interés en los consumidores, los medios tradicionales se quedan atrás al perder aceptación por el pueblo al enfrentarse a un sistema que genera en grandes masas la participación ciudadana haciéndose presente tras la opinión pública, interpretaciones de la información e incluso aportes a ella.

En sí, el objetivo de esta última web es convertir a los usuarios además de en consumidores también en protagonistas, demostrando que la internet a través de las participaciones, aplicaciones y sus usos pueden ser consideradas como una herramienta de trabajo y comunicación, además de ser una estrategia para el cambio social, permitiendo que pensamientos anteriormente ignorados hoy en día sean consideradas para el desarrollo común.

González (2016) manifiesta que este ciberactivismo permite visualizar problemas ausentes en los medios de comunicación tradicional, posibilita protestar condicionando conductas, mediante opiniones con altos niveles de aceptación que generen alianzas para alzar la voz en busca de respuestas o cambios en la sociedad. Gracias a este mecanismo los cibernautas conocen la realidad de las situaciones muchas veces ignoradas o escondidas por el poder político que existe sobre los medios de comunicación tradicionales.

Las redes sociales son la oportunidad de precisar el procedimiento de recolección de información, ya que, al tener la opción de *comentarios* en cada una de las publicaciones donde cada usuario que desee participar muestra su perspectiva de lo compartido, facilitando a los estudios al otorgarles datos tanto cualitativos como cuantitativos, reemplazando así la encuesta tradicional.

González López (2019) recalca que existen correlaciones significativas entre el comportamiento general del pueblo y las opiniones existentes en redes sociales, de este modo podemos deducir que la alta influencia que poseen las redes sociales junto con los distintos puntos de vista que se encuentran en ella, intervienen en el actuar de las personas e incluso agregan en sus pensamientos conductas que se aplican en el mundo real.

Dentro de este sistema podemos presenciar la teoría de la agenda-setting misma que se ejecuta mediante la opinión pública, al ser la internet y sobre todo las redes de mensajería los nuevos

medios de comunicación de mayor consumo testigos de múltiples opiniones, los medios tradicionales y contemporáneos basan su agenda de acuerdo con los temas en auge en la mente de las personas que se hacen presentes por medio de los comentarios o incluso publicaciones propias.

1.2.6 La televisión

La televisión es considerada como un medio de comunicación, de expresión y de entretenimiento, caracterizada por su continuidad y fragmentación, Rincón y Barbero (2006) la contemplan como un elemento esencial para sobrevivir, ya que, en base a lo que observamos en ella se crea una conversación social, cotidianidad y el imaginar que vivimos en mundos paralelos.

Este medio nos otorga una variedad de contenidos, como películas, telenovelas, publicidad, noticieros, entre otros productos creados pensando en un público objetivo, demostrando en ocasiones un mundo ficticio y en otras la verdad de nuestro alrededor, específicamente en sus programaciones informativas se procura mostrar la realidad, el periodista transmite hechos de verdad causando efectos en la construcción del espacio real.

Por este motivo, el rol que cumplen las personas que aparecen en televisión crea una responsabilidad social con quienes la observan, ya que generan una gran influencia en los espectadores mismos que se convierten en críticos de este medio, preguntándose el porqué de lo dicho y el porqué de las personas que lo dicen. Estos cuestionamientos surgen a partir del pensamiento de que, si bien sabemos los medios de comunicación están influenciados por el poder político y por la censura que estos imponen, por lo cual la función del periodista se ve juzgada negativamente al pensar que este desarrolla su trabajo de investigación con la finalidad de atacar, denunciar o defender un suceso en específico.

Por ello Bourdieu (1996) en su libro titulado *Sobre la televisión* plantea que las personas involucradas en el mundo de la tv son manipuladas y manipuladoras, que entre más manipuladas estén por sus superiores más manipularán a sus receptores, es decir que los sujetos que informan a la sociedad son instruidos por otros comunicadores que además de otorgarles datos, también les implantan reglas a seguir.

Los periodistas fabrican sus investigaciones en torno a lo que presencian e indagan, bajo la opinión pública llevan a cabo el tratamiento de información que será de interés pero también a la que se les permiten difundir, su función informativa se ve limitada por la censura establecida por el gobierno y por el tiempo otorgado en pantalla que por lo general es un producto muy

escaso para llevar a cabo la narración de los sucesos, por lo cual, se puede mencionar que el discurso depende netamente de factores externos al periodista e incluso al medio.

La presencia de estos hechos se refleja sobre todo en las noticias de tipo sensacionalista, debido a que el crimen, la sangre y la exageración siempre son aspectos que se consumen de maneras masivas, aunque están sujetas a la censura. A pesar de que el objetivo de la tv jamás ha sido escandalizar al pueblo, ni plantear problemas, con la finalidad de competir a nivel de audiencia con otros canales transmiten hechos amarillistas como contenido principal, lo insignificante como lo anecdótico y lo accidental solo llenan espacios vacíos en la programación de los noticieros, a pesar de también crear efectos políticos y culturales, en ciertas ocasiones se llega a considerar a algunos periodistas como entes peligrosos al ser indiferentes y no ser cultos en ciertos temas.

Es en este punto se llega a cuestionar si realmente la televisión es un medio de expresión, Pierre Bourdieu (1996) ante dicho cuestionamiento manifiesta que este medio transmite la impresión de libertad e independencia cuando en realidad todos sus miembros son títeres de la imposición, que buscan acoplarse al sistema mental del consumidor, para no alejarlo por medio de comportamientos éticamente incorrectos.

Alonso y Orquín (2007) exponen que este medio se basa en un sistema sociopolítico, que varía de una sociedad a otra, afectando así a los contenidos e interrelación de los organismos que pueden alterar su funcionalidad. Por lo cual plantean dos maneras en las que la sociedad puede describir a la televisión:

- La primera es como un medio que divulga y establece valores culturales, éticos, cívicos y sociales, además de tener un vínculo esencial con el poder del estado.
- La segunda manera de describirla es como un medio que posee como principal objetivo el entretener, por lo cual el incremento de la audiencia depende netamente de la competencia y de la fuerza que tenga los productos transmitidos.

  Sin embargo, con la llegada revolucionaria de la internet que influyo en la convergencia de los medios de comunicación y sobre todo de la televisión hoy poseemos una gran variedad de páginas web y perfiles en redes sociales dedicados a la retransmisión y creación de nuevos contenidos con puntos de vista y manifestaciones al instante.

  Ha permitido acceder a canales noticiosos sin importar el lugar ni el momento en el que se prefiera visualizarlos y de todos modos tener información completa, de la misma forma entretiene al público al poner a disposición una variedad de plataformas de streaming con

una gran cantidad de película, series y videos, dejando de lado la espera que existía anteriormente en la televisión, tanto en aguardar que contenido como estos sean transmitido como en esperar a su continuidad.

Por lo que Avendaño (2011) afirma que la transformación del sistema comunicacional está generando un sistema infocomunicativo que construye un nuevo concepto simbólico-tecnológico. En otras palabras, podemos deducir que la conducta participativa y comunicativa ya no depende tan solo de la televisión, de los demás medios de la industria ni mucho menos de las tecnologías de la información y la comunicación, debido a la notable preferencia del nuevo sistema infocomunicativo que es la internet y sus contenidos con elementos llamativos para el usuario.

Álvarez (2011) sostiene que ‘‘Esa flexibilidad de dispositivos conectados a la red implica una nueva dictadura del espectador, unos contenidos que cruzan muchos dispositivos y una conexión permanente’’ (p. 1). Gracias a este planteamiento establecido por José María Álvarez podemos mencionar que la actual tecnología facilita la accesibilidad deliberada e ilimitada a los distintos canales presentes en la web, dispersando a las audiencias dependiendo de sus preferencias y deseos, creando un consumo diario y nuevas perspectivas del mundo real.

Este avance tecnológico es tan revolucionario que ha creado diversos debates sobre si la televisión online tiene algo más por ofrecer y de cómo será en un futuro, permitiendo innovar las distintas formas de pasatiempos audiovisuales, planteando la idea de que un nuevo medio de comunicación interactivo pueda llegar como una nueva herramienta de la era digital, aunque no podemos olvidar que al ser un ideal hoy en día no es nada más que una utopía.

1.2.7 Espectacularización

Debido a introducción de la internet en la comunicación, pero sobre todo en la difusión de la información, el mundo del espectáculo se ha visto más presente con la finalidad de crear mayor interacción entre los usuarios, para así incrementar en la era digital una mayor participación ciudadana, instantaneidad y retroalimentación inmediata hacia el medio de comunicación Áviles Ruales (2014) menciona que la ficción, lo efímero, el exhibicionismo, el escándalo e incluso lo real son componentes que han revolucionado el contexto en los procesos de consumo, producción y socialización de la web 2.0.

Es decir, la espectacularización se considera como un elemento fundamental para juzgar a la producción televisiva, debido a que se piensa que este componente es el que crea consumo en

grandes masas y el éxito del medio, hoy en día la tv además de tener el deseo de informar ve la necesidad de crear espectáculo a través de la mutación de la realidad para no convertirse en un medio olvidado.

Pellisser y Pineda (2014) plantea que el término *espectáculo* está basado en reconstrucciones llevadas a cabo para llamar la atención, ser vistas e incitar a la opinión de los receptores que en ocasiones suelen ser partícipes del momento espectacular, en sí, el concepto de espectacularización termina entendiéndose como la perversión del espectáculo.

Por otro lado, para entender el significado actual de televisión Imbert (2010) explica que este medio ha pasado de la telerrealidad a la teleidentidad, ya que, cruzo el límite existente entre información y espectáculo, eliminó valores éticos, morales, estéticos, sociales y simbólicos, a la vez que se vuelven expertos en el ámbito del simulacro. Complementando este pensamiento Kapuściński (2006) plantea que la mercantilización de la información al conectarse con el mundo espectacular se convierte en una mera dramatización.

Es por ello, que la sociedad se mantiene un constante reproche a la información que consume en la televisión o en la internet, sobre todo en las redes sociales, debido a que en este contexto pueden considerar como mentiras o tan solo exageración para atraer al público, sin embargo, y a pesar de estas percepciones el pueblo sigue prefiriendo informarse por medio de la televisión online donde se da preferencia a las imágenes y videos explícitos favoreciendo a los contextos anecdóticos, catástrofes, violencia entre otros productos que apelan a las emociones del receptor.

Así mismo Marulanda y Villa (2018) plantean que la utilización de colores, imágenes y caracteres en productos comunicacionales es un paso clave para otorgar sentido al mensaje.

Es decir, la intención del comunicador y lo que este pretende causar en los receptores puede estar claramente plasmado en las imágenes que comparte para crear sensaciones, las palabras que utiliza y los colores que emplean para transmitir dicho mensaje, ya que, a través de este puede comunicar, crear perspectivas y sentimientos en los usuarios debido a la influencia psicológica que se crea, vinculándose de manera directa con la espectacularización debido a los colores que se utilizan para captar la atención del pueblo.

1.2.8 Hábitos de consumo en televisión y redes sociales

Los hábitos de consumo se refieren a los comportamientos y preferencias que generan en este caso medios de comunicación como la televisión y las redes sociales, influenciadas por

aspectos políticos, tecnológicos y culturales mediante las cuales se puede encontrar la explicación de por qué, desde cuándo y cómo los consumidores prefieren dichos medios.

A pesar de que estos hábitos son estudiados desde la perspectiva de las experiencias según Rodríguez (2018) estas vivencias pueden tener un origen interno donde el consumo pasado condiciona el actual y el origen externo se basa en el consumo de otras personas en referencia a la vida estándar de los demás y se manifiestan a través de acciones repetidas.

Algunos de los hábitos televisivos se reflejan en patrones de comportamiento que se presencian debido a la cantidad de tiempo de consumo e interés que los televidentes le otorguen a cada una de las transmisiones algunos de estos pueden ser beneficiarios tanto para el individuo como para la sociedad, en épocas pasadas la televisión se limitaba a transmitir una programación lineal en la que el consumidor debía preocuparse por ajustarse a los horarios de emisión, creando así hábitos diarios marcados por los programas de preferencia en cada uno de los televidentes, por ello, Fernández Torres (2005) consideró que en esta época pasado el medio de comunicación con más impacto en la sociedad y en menos tiempo era la tv, siendo el sistema con mayor aceptación en los hogares y la vía de entretenimiento e información.

Sin embargo, en los últimos años estos han cambiado radicalmente a la par de la evolución tecnológica y la diversificación de contenidos, con la llegada de la televisión por cable y la online que otorgaron plataformas de streaming como Netflix, Disney+, HBO, entre otras donde todo el contenido está a disposición en cualquier momento y lugar, por ende, los hábitos se han convertido en acciones personalizadas, donde las personas eligen cuando ver sus programas favoritos.

En este medio que vino a caracterizar a toda una generación ya no solamente está presente en una gran pantalla conocida como televisor, ahora los celulares, computadoras y tablets pueden cumplir con su función que al ser aparatos tecnológicos presentes en la rutina de la persona se incrementa su consumo, pero consecuentemente se convierte en un factor de la socialización.

Por otro lado, Astonitas Villafuerte (2005) al hablar de la internet recalca que sus redes no solo han traído beneficios a la población, sino también problemas debido a que el abuso de este sistema puede generar consecuencias perjudiciales individuales y comunes. La adicción generada por la constante manipulación de esta multimedia puede causar dependencia psicológica, cambios en la cultura, distanciamiento social, rechazo afectivo.

A pesar de ello debemos hacer hincapié en las oportunidades que ofrecen las redes sociales bajo una manipulación responsable, estas nos permiten interactuar en tiempo real con otros

usuarios han generado una nueva dimensión participativa creando una rápida evolución en los hábitos de consumo enfocados a la innovación tecnológica, sus facilidades, conexiones entre amigos, que satisfacen las distintas necesidades de entretenimiento, información, participación y compra, por lo cual basan las actividades de su vida diaria en el uso de estas accesibilidades que proporcionan la redes sociales.

Los hábitos de consumo en redes sociales son rápidos, personalizados y orientados a las facilidades del sistema. El contenido visual y breve domina la atención de los usuarios, y los algoritmos influyen significativamente en lo que consumen. A medida que estas plataformas continúan evolucionando, los hábitos de consumo seguirán transformándose, influyendo en cómo las personas.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024 incidió en la opinión pública en su página oficial de Facebook y en el tratamiento informativo.

1.3.2 Objetivos específicos

- Elaborar una matriz de análisis sobre los comentarios registrados en la página oficial de Facebook del canal TC en las publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones en el 2024.
- Evaluar la opinión pública registrada en la página oficial de Facebook del canal TC en las publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones en el 2024.
- Analizar cómo se dio el tratamiento informativo en el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024.

CAPÍTULO II

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Materiales y recursos

Con la finalidad de llevar a cabo correctamente el presente trabajo de investigación se recurre a los siguientes materiales y recursos:

2.1.1 Materiales

La investigación se realiza a través de materiales operativos como la luz y una correcta conexión de internet, además de materiales de consumo como una computadora portátil, celular e insumos de oficina.

Así también se tiene presente distintos trabajos de investigación, bibliotecas digitales, páginas web e instrumentos de recolección de datos como matrices con enfoques cualitativos y cuantitativos.

2.1.2 Recursos humanos

Investigadora: Magerly Zuley Sánchez Guncay.

Tutora: Mg. Jenny de los Ángeles Proaño Zurita.

2.1.3 Recursos tecnológicos

Debido al estudio de la opinión pública virtual y tratamiento informativo establecidos en la red social Facebook sobre un caso en particular resulta de suma importancia poseer un perfil en dicha página web, junto con una adecuada señal de internet, misma que contribuye con la investigación al darnos paso a distintas plataformas educativas de la red como Google Académico y repositorios universitarios.

2.2 Métodos

El enfoque metodológico que se lleva a cabo en el presente trabajo investigativo es cualitativo y complementariamente cuantitativo, Domínguez (2007) menciona que el enfoque cuantitativo de una investigación se plasma para exponer datos precisos que reflejan una realidad social para poder plantear una explicación del tema en específico de los datos.

Por dicho motivo con el propósito de estudiar la opinión pública virtual y el tratamiento informativo del canal en su página de Facebook con respecto a publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones ocurrido el nueve de enero de 2024, se generar una matriz de análisis para cada uno de los productos comunicacionales y una general para los comentarios seleccionados, misma que cumple la función de ser la herramienta que nos posibilita el estudio e interpretación de las perspectivas del pueblo hacia el atentado ocurrido en el canal de televisión ecuatoriano TC, además de estudiar la manera en la que el medio realizó la cobertura de la noticia.

En cuanto a las imágenes se plasma el enfoque cuantitativo al tener en cuenta el número de cada reacción (me gusta, me encanta, me importa, me divierte, me asombra, me entristece, me enfada), el número de comentarios, el número de veces compartidas, con la finalidad de comprender el impacto que tuvo el suceso y la importancia que el pueblo le otorgó, además de presenciar la fecha y hora de la publicación, esto con el propósito de comprender los rangos de tiempo en los que se establecieron, para así comprender cuanta relevancia le brindo el medio a lo sucedido.

Por otro lado, el enfoque cualitativo, se refleja en el color que predomina en la imagen, la intención de esta, la frase o palabra utilizada y el encabezado de la publicación, esto para comprender que buscaba transmitir e informar el medio a los usuarios, además de considerar si poseía un enlace que dirigía a la página web de TC donde se encontraría información más detallada de lo sucedido.

Sin embargo, en los videos publicados la matriz fue diferente, a pesar de mantener el lado cuantitativo en cuanto a la reacciones, comentarios, veces compartidas, fecha y hora de la publicación, se suma la duración del video con la finalidad de deducir porqué el canal prefirió dichos tiempos, las reproducciones nos ayudan a comprender el nivel de consumo del público además de conocer qué tipo de videos es mayormente aceptado por los usuarios.

Al igual que las imágenes, el enfoque cualitativo se presencia en el encabezado de la publicación, así también las consideraciones de las tomas predominantes, la intención del video y el sonido de fondo demuestran como TC buscó además de informar, apelar a los sentimientos de la audiencia. Gracias a dichos parámetros ubicados en las matrices se logró cumplir con nuestro objetivo de analizar cómo se dio el tratamiento informativo en el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024.

Además, con el propósito de efectuar el objetivo de evaluar la opinión pública registrada en la página oficial de Facebook del canal TC en las publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones a la vez que se cumple con la finalidad de elaborar una matriz de análisis de dichos comentarios, se considera el planteamiento presente en de cada una de las publicaciones con mayor interacción en cuanto a reacciones, la perspectiva cuantitativa se lleva a cabo al plasmar el número de reacciones, respuestas de cada uno de estos comentarios, además de la hora y fecha de contestación, aspectos que reflejaron la inmediatez del consumo de información, así también se determina como los propios ciudadanos pueden generar intercomunicación con los demás usuario a la vez que aportan con un punto de vista y por ende con un raciocinio personal.

La investigación cualitativa es un estudio que tiene la finalidad de interpretar las perspectivas y sentimientos de las personas, como las opiniones se definen de cuerdo al contexto social, físico y cultural. Por este motivo el enfoque cualitativo se plasma al analizar la intención del comentario para evaluar las distintas perspectivas y sentimientos del espectador, el número de palabras que posteriormente reflejarían que tan breve fue el pueblo al hacerse presente con sus puntos de vista y finalmente que tipo de respuestas genero dicho comentario, de esta manera se evalúa si el público posee una visión positiva o negativa de lo mencionado en el comentario recurrente considerado.

Es así como con la ayuda de la matriz como principal instrumento de estudio se logra crear el respectivo análisis de contenido, con la presencia de esta técnica más allá de analizar un texto o una imagen se comprende la idea y la intención con la que fueron expuestos dichos productos, tomando en cuenta el tiempo, brevedad, sensaciones transmitidas, entre otras características que contribuyen a crear un correcto análisis de contenido.

2.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos considerados necesarios para llevar a cabo la presente investigación son:

- Recopilación de investigaciones, artículos y libros relacionados a la opinión pública, tratamiento informativo, periodismo, teorías de la comunicación, redes sociales y televisión.
- Análisis de contenido mediante matrices, aplicadas para el estudio del tratamiento informativo a través de las publicaciones en la página oficial de Facebook del canal TC

televisión con relación a la toma de sus instalaciones ocurrido el nueve de enero de 2024.

- Análisis de contenido mediante matrices, aplicadas para el estudio de la opinión pública presente en las publicaciones en la página oficial de Facebook del canal TC televisión con relación a la toma de sus instalaciones ocurrido el nueve de enero de 2024.

2.4 Unidad de análisis

La investigación se compone en torno a las publicaciones realizadas entre el 9 al 13 de enero de 2024, en la página oficial de Facebook del canal de televisión TC, con relación a la toma de sus instalaciones ocurrido el nueve de enero de 2024 en Guayaquil-Ecuador. Teniendo, así como resultado 10 productos comunicacionales, de los cuales tres son videos cortos y son imágenes, seis de ellas poseen un enlace que dirige a la página web de dicho medio, con la finalidad de otorgar más información sobre lo ocurrido. Además de tener en cuenta el comentario con mayor número de reacciones de cada una de las publicaciones correspondientes, así también se considera para el estudio lo expuesto en las respuestas de dichos comentarios, sin diferenciaciones de género, edad, origen, creencias o manifestaciones de las personas propietarias de las cuentas.

2.4.1 Historia de TC Televisión

Chioy Liang el 30 de mayo de 2023 a través de la página web del canal TC Televisión comparte la historia del medio mencionando que el nueve de julio de 1968 en Guayaquil-Ecuador, TC televisión fue fundado por el empresario Ismael Pérez Perasso quien en un principio llamó al canal como Telecentro en referencia al nombre *Televisora Central Ecuatoriana.*

Las primeras transmisiones de manera oficial se presenciaron el 30 de mayo de 1969, mismas que estrenaron programas que han marcado las mentes de los televidentes como el programa *Haga Negocio Conmigo* y *Chispazos*.

En 1980, nuevos espacios llegaron para el canal ecuatoriano. *Quien Sabe Perazzo*, creando así un hito trascendental en la historia de las comunicaciones ecuatorianas y en la televisión nacional con “Cadena Ecuatoriana de Televisión Canal 10”, en ese entonces Telecentro.

El 15 de septiembre de 1993, Telecentro pasó a llamarse TC Televisión, cambiando su imagen y nombre, ofreciendo una renovada programación. Durante 1994 y 1995, empezó una campaña con las televisoras *Sucuchucupau* y *RacachacaplúmTC*, desde ese momento renovaron su logo,

crearon un nuevo *jingle* y nuevos programas, satisfaciendo las preferencias y necesidades de los televidentes, caracterizándose por ser un canal joven, alegre, dinámico y divertido.

Por otro lado, Fajardo Andrei por medio del sitio web Scribd menciona que en 1997 la empresa amplió sus instalaciones, para llevar a cabo el funcionamiento de otros medios de comunicación como *Gamavisión,* eliminando *Cablevisión, CNPlus* y *Cable Deportes*. El canal continuó transmitiendo producciones nacionales como novelas y programas en vivo, por lo que se convierte en el primer canal en apoyar al talento ecuatoriano al ser el único en poseer el 60% de producción nacional.

Algunos de los programas que llenaron de vida al canal y fueron los más aceptados por parte de los ecuatorianos fueron, *A Todo Dar, Ni En Vivo Ni En Directo, Simplemente Mariela, Rincón de los Milagros, Expedientes, Atrevidos.*

Algunas de las telenovelas y series que llenaron de emociones a la audiencia fueron, *Solteros Sin Compromiso, Emergencia, Corazón Dominado, Kandela, Mis Primas, Me Enamore de una Pelucona,* entre muchas más.

La farándula también ha tenido un gran espacio en TC, *De Boca en Boca* nació en 2015 y se posicionó como el programa #1 de farándula nacional.

Mientras que el informativo del país se estrenó en 1998, un repaso a las noticias más importantes del Ecuador y el mundo, *El Noticiero* que mantiene sus transmisiones en tres emisiones diarias hasta hoy.

Es así como con una programación creada y pensada en la variedad de preferencias del pueblo, TC televisión se mantiene al aire durante 55 años consecutivos, generando preferencia, confianza y aceptación en los televidentes.

2.4.2 Matrices

Tabla 2: Matriz para la publicación de imagen.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web con más información?

Nota: Elaborada por la investigadora.

Tabla 3**:** Matriz para publicación de video.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de comentarios	Veces compartidas	Duración del video	Número de reproducciones	Fecha y hora de publicación	Tomas predominantes	Intención del video	Sonido de fondo

Nota: Elaborada por la investigadora.

Tabla 4: Matriz para los comentarios que generaron mayor interacción en cada publicación.

Comentario recurrente	Número de reacciones	Fecha y hora del comentario	Intención del comentario	Número de palabras	Número de respuestas	Tipo de respuestas al comentario

Nota: Elaborada por la investigadora.

CAPÍTULO III

III. RESULTADOS

3.1 Análisis previo

Debido a la metodología cualitativa complementariamente cuantitativa que se ha considerado para ejecutar la presente investigación, se analizó previamente la opinión pública virtual presente en redes sociales y el tratamiento informativo que llevan los medios de comunicación, para posteriormente llevar a cabo la fabricación de matrices de análisis para cada uno de los productos comunicacionales ejecutados por la página oficial de Facebook del canal TC Televisión, en relación a la toma de sus instalaciones ocurrido el nueve de enero de 2024 y para el comentario con mayor número de reacciones presente en dichas publicaciones.

3.2 Estructura organizativa

3.2.1 Imágenes publicadas

Figura 1

Terror en el canal



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 5: Matriz primera imagen publicada.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web?

#TCTelevision	17.182 5.041 Me gusta 81 Me divierte 13 Me enfada 60 Me asombra 73 Me encanta 11.833 Me entristece 81 Me importa		495	667	09/01/2024 21:56h	Azul marino: abarca todo el fondo de la imagen. Se asocia con la seriedad, verdad o estabilidad.	Demostrar el miedo que sintieron los miembros del canal al estar presentes en el momento del atentado a la vez que crean compasión en el espectador.	Por favor… Que no nos encuentre…	No.

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

La primera publicación elaborada por la página oficial de Facebook del canal TC Televisión en relación con la toma de sus instalaciones fue una imagen con un gráfico sencillo, misma que se compartió 7 horas y 56 minutos después del atentado ocurrido en dicho canal, a través de ella se logra percibir como el medio buscó informar a la población sobre lo ocurrido, a la vez que creaba compasión en ellos.

Utilizando como color predominante un tono bajo y frío, junto a un dibujo simple que demuestra miedo, complementándolo con la frase *Por favor… Que no nos encuentren…* pretenden causar una sensación de tristeza en el espectador a la vez que expresan como se sintió el personal del canal en aquel momento de caos.

Al plantearse esta finalidad y ejecutarla de manera correcta el canal cumple con su objetivo, se ve realizado en las reacciones que a pesar de ser 17.182 divididas entre me gusta, me encanta, me divierte, me enfada, me asombra, me importa y me entristece, esta última posee el mayor número de interacción contando con 11.833 usuarios conmovidos por lo ocurrido, e influidos por el contenido de la publicación, a la vez, dicho motivo crea un flujo de información contribuido netamente por los usuarios, ya que, 495 de ellos se hicieron presentes con un comentario mismos que crean discusión y opiniones públicas entre los cibernauta.

Así también al ser un gráfico compartido 667 veces quiere decir que el mismo público se encargó de difundir esta información, logrando que más personas sepan de lo ocurrido y creen así sus propias opiniones.

3.2.2 Impacto internacional del atentado

Figura 2

Impacto internacional del atentado



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 6: Matriz segunda imagen publicada.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web?

🔴Hombres armados irrumpieron en TC Televisión durante transmisión en vivo, medios internacionales se pronunciaron. https://tctelevision.com/.../medios-internacionales-se.../	836 586 Me gusta 3 Me divierte 3 Me enfada 12 Me asombra 231 Me entristece 1 Me importa	23	24	09/01/2024 22:44h	Rojo: está presente en los nombres de los canales informativos y resalta el momento del atentado. Transmite ira, alerta, peligro, agresión o impacto.	Mostrar un momento del atentado a la vez que se menciona como este acontecimiento formó parte de los noticieros internacionales.	Medios internacionales se pronuncian ante atentados.	Si.

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

8 horas y 44 minutos después del atentado ocurrido en el canal TC Televisión su página oficial de Facebook pone a disposición una segunda publicación en el formato imagen, misma que posee un copy claro y conciso que junto a la fotografía expuesta informa sobre lo ocurrido en el canal la tarde del mismo día y el impacto que este suceso tuvo al punto de llegar a estar presente en noticia internacionales, comparte un enlace que dirige a la página web del canal donde se aporta información más detallada sobre los acontecimientos.

El color rojo utilizado tanto en el círculo ubicado en el encabezado de la publicación junto a los elementos de la misma tonalidad presente en la imagen, buscan alertar a los usuarios sobre lo ocurrido, plasmar que fue un momento de peligro, que existió agresión, entre otras sensaciones que transmite dicha tonalidad.

836 usuarios interactuaron con la publicación, la mayoría de ellos se hicieron presentes con la reacción me gusta, mientras 231 de ellos manifestaron su sentimiento de condolencia con la reacción me entristece, 12 de ellos se muestran asombrados por la noticia difundida, mientras que unos pocos plasmaron una reacción de diversión, enojo e importancia hacia los hechos, a diferencia de la primera imagen publicada esta posee un menor número de interacción tanto en reacciones como en comentarios y veces compartidas.

3.2.3 Consecuencia a los criminales

Figura 3

Consecuencia a los criminales



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 7: Matriz tercera Imagen publicada.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web?

Juez dictó prisión preventiva para 11 de los 13 terroristas procesados en el ataque a TC Televisión. Los detalles aquí. https://bit.ly/41RQweS	533 378 Me gusta 54 Me divierte 76 Me enfada 11 Me asombra 7 Me encanta 5 Me entristece 2 Me importa	140	21	10/01/2024 19:49h	Negro: presente en las prendas de los presuntos terroristas y en los accesorios del agente policial. Transmite poder, misterio, autoridad o maldad.	Dar a conocer como han actuado las autoridades frente al atentado, y demostrar que los presuntos terroristas fueron capturados por los agentes policiales. A la vez que se busca transmitir serenidad al poder contar con la ayuda de la policía ante situaciones de caos.	Prisión preventiva para terrorista procesados en ataque a TC Televisión.	Si.

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

La tercera publicación en formato imagen fue al siguiente día de lo ocurrido es decir el 10 de enero de 2024 a horas de la noche, en esta se demostraba el proceso por el cual tuvieron que pasar los presuntos criminales y la consecuencia que tuvieron sus actos.

En la imagen se puede observar una fotografía que demuestra la vulnerabilidad de los implicados en la toma de instalaciones del canal TC, frente al poder de los agentes policiales, que acompañada del color negro que se percibe en su mayoría y junto al enunciado ‘‘prisión preventiva para terrorista procesados en ataque a TC Televisión’’ el medio de comunicación busca poner a disposición la información sobre lo ocurrido posteriormente al atentado, para crear una sensación de seguridad y control en los usuarios, a pesar de compartir en Facebook información muy corta ponen disposición un enlace donde se encontrarán más datos de lo ocurrido.

El color negro presente en la mayoría de los elementos de la imagen puede transmitir distintas sensaciones en el público dependiendo de dónde se enfoquen en observarlos, es decir, dicha tonalidad presente en los accesorios de los policías podría generar sensaciones de poder y autoridad, mientras que, si los espectadores se enfocan en el mismo color, pero ahora en las prendas de vestir de los posibles delincuentes se crean sensaciones de misterio y maldad.

Es así como 533 usuarios interactuaron en las reacciones de la imagen donde la mayoría de ellos dejaron una reacción breve como lo es el me gusta, 54 tuvieron alguna sensación de diversión y así lo marcaron mientras que a 76 de ellos el suceso les creo una sensación de frustración, por otro lado, la minoría de ellos marcaron *me asombra*, *me encanta*, *me entristece* y *me importa*.

En cuanto a la influencia de esta noticia gracias al número de reacciones, comentarios y veces compartidas podemos deducir que esta tercera imagen publicada tuvo una menor interacción entre los cibernautas a comparación de las anteriores.

3.2.4 Pronunciación de personaje ecuatoriano reconocido

Figura 4

Pronunciación de personaje ecuatoriano reconocido



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 8: Matriz cuarta imagen publicada.

Copy de la publicación	**Número de reacciones**	**Número de Comentarios**	**Veces compartidas**	**Fecha y hora de publicación**	**Color predominante**	**Intención de la imagen**	**Frase o palabra utilizada en la imagen**	**¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web?**
🥊🇪🇨 Chito Vera se pronuncia por los ataques	211 198 Me gusta	21	6	11/01/2024 06:44h	Azul: abarca la gran parte de la imagen, ya que, se puede observar	Mostrar el momento en el que los encapuchados	Ninguna.	Si.

terroristas sufridos en TC Televisión: “Pena de muerte al crimen, las familias no tienen que pagar por el narco“	2	Me divierte	el momento del atentado en el set de televisión donde dicho color predomina. Transmite inteligencia, confianza, seguridad o comunicación.	interrumpieron las actividades del canal y mostrar la figura pública que posteriormente se hizo presente con un enunciado.
	1	Me enfada		
	1	Me asombra		
	8	Me encanta		
	1	Me entristece		

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

La imagen publicada dos días después de la toma de las instalaciones del canal TC Televisión nos demuestra como la interacción entre la publicación y los usuarios es aún más baja a la que se presencia en las imágenes anteriormente compartidas, ya que, aquí se logra visualizar como el número de reacciones es apena de 211 usuarios de los cuales 198 dejaron una reacción breve como lo es el *me gusta*, mientras que el resto se hace presente en el resto de las reacciones. Apenas 21 usuarios manifestaron sus opiniones en los comentarios y 6 contribuyeron compartiendo la noticia para que tenga un mayor alcance al público.

La publicación tiene el objetivo de informar que una figura pública ecuatoriana debido al atentado ocurrido en este canal se hizo presente en redes sociales manifestando que debería existir pena de muerte para los criminales, para que las familias del país no sufran las consecuencias del narco. Para ello, en la noticia difundida se presencian dos importantes imágenes unida en una sola, de fondo logramos observar el momento preciso en el que persona camufladas y armadas causaron terror en las instalaciones televisivas, sobre dicha figura se encuentra una fotografía de Marlon Vera más conocido en el mundo del deporte como ‘‘Chito Vera’’ mismo que es la figura pública involucrada en la información expuesta.

Al ser un personaje que ha representado a Ecuador internacionalmente en el deporte de las artes marciales mixtas (MMA), hacen referencia a ello en el copy de la publicación utilizando emojis como la bandera de Ecuador y un guante relacionado al MMA, acompañados de una pequeña explicación de lo que se tratará la noticia complementada con una cita textual de lo que Vera manifestó, posee un enlace que dirige a la página web del medio de comunicación para otorgar información más detallada.

3.2.5 Evidencia del control policial

Figura 5

Evidencia del control policial



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 9: Matriz quinta imagen publicada

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web?

En las imágenes se observa cómo se ejecutó con éxito la operación contra terroristas, en TC Televisión. (VIDEO) » https://bit.ly/3SkqIVG	268 214 Me gusta 43 Me divierte 1 Me asombra 7 Me encanta 2 Me entristece 1 Me importa	46	8	12/01/2024 19:00h	Negro: presente en la vestimenta de los agentes policiales y en el lugar debido a la falta de claridad. Transmite poder, misterio, autoridad o maldad.	Demostrar al público que hay claras evidencia de cómo se controló la situación del canal TC por parte de los agentes policiales, a la vez que transmiten una situación de control a la inseguridad del país.	Videos inéditos revelan cómo fue la operación de rescate en TC Televisión.	Si.

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

La imagen publicada después de tres días de lo ocurrido dirige a los usuarios a un video expuesto en su página web donde se puede visualizar como los agentes policiales tomaron el control de la situación de riesgo ocurrido en el canal TC Televisión, para lo cual proponen un encabezado sencillo que explica lo que se encontrará al hacer *clic* en el enlace igualmente ubicado en la zona del copy, buscando demostrar a la sociedad el momento a momento de las acciones cumplidas por las autoridades correspondientes.

La imagen cuenta con elementos importantes como lo es una fotografía del momento exacto en el que los agentes policiales actuaron frente al momento de caos en el canal de televisión, acompañado de la frase ‘‘videos inéditos revelan cómo fue la operación de rescate en TC Televisión’’ misma que junto a las tonalidades bajas que se percibe y en su mayoría el color negro transmite sensaciones de poder, misterio, autoridad y maldad en los espectadores.

268 cibernautas se manifestaron a través de las reacciones que pone a disposición la red social Facebook, 214 de ellos mostraron su apoyo a lo difundido a través de la opción *me gusta, mientras* que a 43 estas imágenes les causaron diversión, uno de ellos se sintió más identificado con la opción *me importa,* a siete de ellos les encanto lo que visualizaron, dos se sintieron conmovidos y uno se asombró con la publicación, siendo así como la reacción *me enfada* no está presente en ella. A pesar de ello solamente 46 usuarios manifestaron sus pensamientos en los comentarios y ocho personas lo compartieron para que más personas se informen de lo ocurrido, por lo cual se puede mencionar que esta noticia no tuvo un mayor alcance informativo en el pueblo.

3.2.6 Armamento utilizado por los criminales en el ataque

Figura 6

Armamento utilizado por los criminales en el ataque



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 10: Matriz sexta imagen publicada.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web?

Investigaciones apuntan a que el armamento pertenecería a las Fuerzas Armadas del Perú. (VIDEO) 	145		6	12	13/01/2024 17:00h	Negro: presente en las armas usadas mediante la toma de instalaciones por parte de los criminales. Transmite poder, misterio, autoridad, terror o maldad.	Permitir al público observar algunas de las armas detenidas que fueron usadas por parte de los criminales.	Ninguna.	Si.
	116	Me gusta							
	3	Me divierte							
	3	Me enfada							
	23	Me asombra							

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

La sexta publicación en formato imagen presente cuatro día después de lo ocurrido pretende informar a los usuarios sobre el origen de las armas utilizadas por los presuntos criminales en la toma de las instalaciones del canal TC, por lo cual difunden una fotografía de dos de las armas utilizadas en el ataque por parte de los encapuchados, acompañando esta imagen existe un copy breve que explica y dirige a la audiencia a su página web para informarlos de mejor manera sobre las armas utilizadas y quienes eran sus propietarios inicialmente.

El color negro de las armas predomina la fotografía, transmitiendo así terror en los espectadores, sin embargo, a pesar de ello 116 usuarios se hicieron presentes con la reacción *me gusta,* 23 con la reacción *me asombra*, tres con la reacción *me divierte* y tres con la reacción *me enfada.* Gracias al bajo número de comentarios y de veces compartidas podemos mencionar que la interacción generada en esta publicación fue la más baja a diferencia de las anteriores publicaciones en formato imagen relacionadas al tema, es decir una pequeña cantidad de usuarios se vieron interesados en la procedencia de las armas utilizadas en el ataque.

3.2.7 Control ejecutado por parte de los agentes policiales

Figura 7

Control ejecutado por parte de los agentes policiales



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 11: Matriz séptima imagen publicada.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web?

Cámaras de seguridad revelan cómo se ejecutó con éxito la operación contra terroristas, en TC Televisión. (VIDEO) »	137		22	5	13/01/2024 20:00h	Negro: presente en la vestimenta de los agentes policiales y en el lugar debido a la falta de claridad. Transmite poder, misterio, autoridad o maldad.	Mostrar a los usuarios de qué manera la policía actuó dentro de las instalaciones de TC para evitar percances por parte de los delincuentes que interrumpieron las labores del canal.	Ninguna.	Si.
	111	Me gusta							
	21	Me divierte							
	4	Me asombra							
	1	Me importa							

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

Finalmente cuatro días después en horas de la noche, la página oficial de Facebook del canal TC pone a disposición la última publicación en formato imagen sobre la toma de sus instalaciones, misma que a pesar de poseer un encabezado un poco diferente y una imagen más amplia, claramente se puede visualizar que esta séptima publicación tiene el mismo contenido que la quinta imagen publicada, ambas tienen la finalidad de demostrarle a los usuarios la laborar de lo agente policiales ante el ataque ocurrido en las instalaciones del canal.

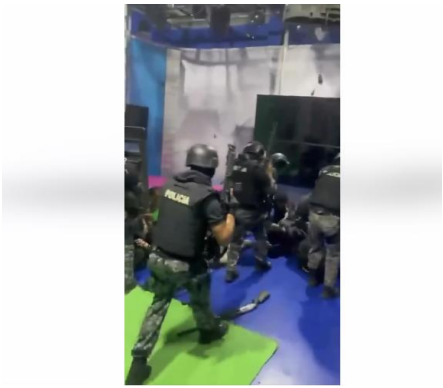
Así también, podemos percibir que la fotografía publicada se repite en estas dos ocasiones, con la única diferencia que esta última no posee una frase sobre puesta en el retrato, sin embargo, la séptima publicación no tiene la misma cantidad de usuarios que han interactuado con ella, se puede observar como 137 cibernautas manifestaron sus sentimientos a través de las reacciones, dejando como resultado 111 *me gusta,* 21 *me divierte*, cuatro *me asombra* y un *me importa.*

22 personas compartieron sus opiniones en los comentarios y tan solo cinco usuarios colaboraron con la difusión de la noticia, con relación a la primera vez que esta información fue compartida podemos decir que en esta ocasión el número de reacciones es menor por 131 usuarios de diferencia, en cuanto a los comentarios existe una diferencia de 24 perfiles faltantes para alcanzar el número de opiniones publicadas en la primera difusión de la noticia, mientras que tres usuarios marcan la diferencia en cuanto a las veces compartidas, siendo así está la última publicación con respecto al tema de la toma de sus instalaciones que hizo público el canal TC en dicha red social.

3.2.8 Videos publicados

Figura 8

Agente policiales en acción ante el atentado en el canal TC



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 12: Matriz primer video publicado.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de comentarios	Veces compartidas	Duración del video	Número de reproducciones	Fecha y hora de publicación	Tomas predominantes	Intención del video	Sonido de fondo

#TCTelevisión	64.219 reacciones		3.998	6.071	0.26 segundos	1.364.752	09/01/2024 22:21h	Agentes policiales tomando el control de la situación dentro de las instalaciones del canal TC.	Informar al espectador lo ocurrido a la vez que se transmite seguridad al mostrar la captura de los delincuentes y al finalizar con la frase ‘‘Actuamos y vencemos’’.	Sonidos de suspenso. Transmiten terror intimidante y peligro.
	55.483	Me gusta								
	489	Me divierte								
	330	Me enfada								
	903	Me asombra								
	1.325	Me encanta								
	5.460	Me entristece								
	229	Me importa								

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

La primera publicación en formato video fue compartida el mismo día del ataque después de ocho horas, se trata de un video de 0.26 segundos, en el cual se logra observar tomas rápidas sobre como los agentes policiales actuaron en el momento de caos dentro y fuera de las instalaciones del canal TC, como capturan a los delincuentes, muestran sus identidades y finalizan el video con el mensaje ‘‘Actuamos y vencemos’’ con la finalidad de transmitir un sentimiento de seguridad en el pueblo.

El producto comunicacional, muestra cada una de sus tomas únicamente sobre un fondo musical en el que se puede percibir sonido de suspenso, en ningún momento existe una voz que narre los hechos, no se muestran palabras que describan el suceso y no cuenta con un copy descriptivo, sin embargo, el medio cumple con su objetivo de informar sobre lo ocurrido únicamente mediante imágenes.

Este breve video alcanzó 1.364.752 reproducciones por parte de los usuarios de la red, de los cuales 64.219 se hicieron presentes en las reacciones, el número máximo se encuentra en la reacción *me entristece* demostrando así el impacto que este hecho tuvo en el pueblo la reacción con menor interacción fue me *importa*, ya que, podría considerarse como una respuesta neutral.

De la misma forma, se puede percibir el flujo informativo que produjo la noticia gracias a los comentarios mismos que fueron 3.998 y el número de veces compartidas que fueron 6.071 creando así un mayor alcance de personas informadas sobre lo ocurrido, y formando una perspectiva propia de los hechos.

3.2.9 Control policial desde afuera de las instalaciones del canal TC

Figura 9

Control policial desde afuera de las instalaciones del canal TC



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 13: Matriz segundo video publicado.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de comentarios	Veces compartidas	Duración del video	Número de reproducciones	Fecha y hora de publicación	Tomas predominantes	Intención del video	Sonido de fondo

#ATENCIÓN 🚨 Imágenes del ataque terrorista a #TCTelevisión.	1.452 reacciones		45	116	2.03 minutos	50.782	10/01/2024 11:20h	Control de la situación por parte de la policía desde el exterior de las instalaciones del canal TC y control de la situación posteriormente al ataque.	Hacer sentir segura a la población poniendo a disposición imágenes del correcto control de seguridad que se ejecutó.	Sonidos de suspenso. Transmiten terror intimidante y peligro.
	882	Me gusta								
	3	Me divierte								
	5	Me enfada								
	37	Me asombra								
	4	Me encanta								
	519	Me entristece								
	2	Me importa								

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

Un día después de lo sucedido, la página de Facebook del canal decide publicar un segundo video, en este caso un poco más extenso con relación al primero. En este se comparten durante 2.03 minutos imágenes de la policía controlando el momento de pánico desde afuera de las instalaciones mediante el atentado en el canal y posteriormente a ello, con la finalidad de hacer sentir segura a la población, crear un sentimiento de comunidad demostrando que ante cualquier situación de riesgo las autoridades correspondientes actuaran de manera inmediata.

Esta publicación además de las imágenes que proyectan en el video, también posee un copy corto que explica lo que se podrá observar a continuación en el videoclip adema de hacer énfasis en la palabra ‘‘atención’’ poniéndola en letras mayúsculas y con un emoji representativo de una alarme de emergencia, esto para llamar la atención de los usuarios y crear un mayor número de visualizaciones y, por ende, consumo de la información.

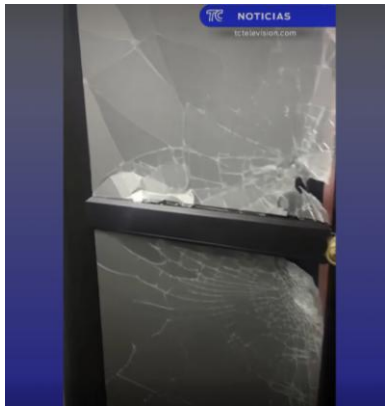
La publicación obtuvo 50.782 visualizaciones, sin embargo, únicamente 1.452 usuarios decidieron mostrar sus sensaciones en la opción de reacciones, donde las opciones *me gusta* y *me entristece* obtuvieron un mayor número de interacciones mientras que la reacción *me divierte, me importa* y *me enoja*, obtuvieron menos cibernautas que se sintieron identificados con ellas.

A pesar de poseer una gran cantidad de visualizaciones el número de comentarios y veces compartidas se podría considerar relativamente bajo, ya que, en cuanto a los comentarios se visualizan 45 opiniones sobre lo sucedido y 116 usuarios que compartieron la información en sus perfiles de Facebook.

3.2.10 Daños materiales en consecuencia al atentado

Figura 10

Daños materiales en consecuencia al atentado



Fuente: Página oficial de Facebook del canal TC.

Tabla 14: Matriz segundo video publicado.

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de comentarios	Veces compartidas	Duración del video	Número de reproducciones	Fecha y hora de publicación	Tomas predominantes	Intención del video	Sonido de fondo

Así luce TC Televisión luego del ataque terrorista el día de ayer.	1.247 reacciones		56	94	1.30 minutos	61.683	10/01/2024 15:44h	Infraestructura interna y objetos del canal TC destruidos por parte de los criminales.	Demostrar los daños materiales causados dentro de las instalaciones. Transmitir angustia en los receptores.	Sonidos de suspenso. Transmiten terror intimidante y peligro.
	776	Me gusta								
	6	Me divierte								
	4	Me enfada								
	122	Me asombra								
	3	Me encanta								
	336	Me entristece								

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

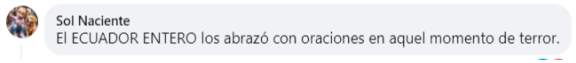
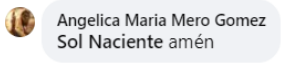
El tercer y último video publicado por la página del canal TC en la plataforma Facebook pone a disposición del consumidor imágenes no vistas anteriormente de cómo se encuentran las instalaciones del canal 24 horas después del atentado.

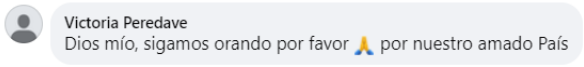
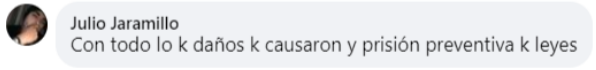
Durante 1.30 minutos con sonidos de suspenso de fondo, muestran los daños materiales que quedaron en consecuencia al ataque, específicamente se pueden observar puertas y ventanas rotas, oficinas de trabajo colapsadas y el probable lugar por donde ingresaron los criminales, logrando así transmitir una sensación de angustia en los espectadores, misma que fue plasmada en las 336 reacciones de *me entristece* y en las 122 reacciones de *me asombra*, sin embargo, la opción *me gusta* contó con 776 reacciones mientras que las opciones *me encanta*, *me enfada*, *me divierte* cuentas con bajos números de interacción.

A pesar de haber generado 61.683 visualizaciones fueron 56 los cibernautas que plasmaron su perspectiva de los hechos en la opción de comentarios, mientras que en la opción de compartir se puede percibir la cifra de 94 cibernautas que colaboraron con la difusión de la noticia.

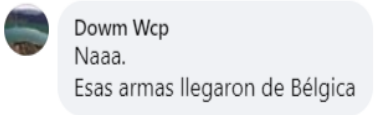
3.2.11 Comentarios recurrentes

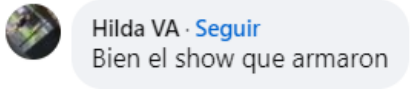
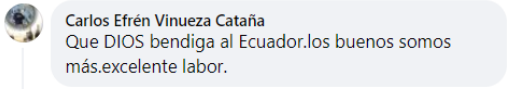
Tabla 15: Matriz de comentarios recurrentes en cada publicación.

Comentario recurrentes	Número de reacciones	Fecha y hora del comentario	Intención del comentario	Número de palabras	Número de respuestas	Tipo de respuestas al comentario
1.  Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.	118 reacciones 97 Me gusta 20 Me importa 1 Me encanta	09/01/2024 21:58h	Enviar un mensaje de esperanza desde un punto religioso, mismo que al utilizar mayúsculas en la frase ‘‘el Ecuador entero’’ hace énfasis a la unión que creo el país al	12	1	A favor, apoya al planteamiento principal desde un planteamiento religioso con la palabra ‘‘Amén’’ misma que proclama que las palabras dichas son verdaderas. 

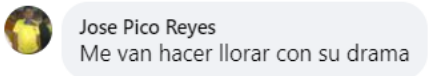
			solidarizarse con el canal.			Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.
2.  Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.	4 reacciones 2 Me gusta 2 Me divierte	09/01/2024 22:48	Motivar al pueblo a apoyar y velar por el bienestar del país desde la religión. Utiliza un emoji para hacer referencia a la oración religiosa.	10	0	Ninguna.
3.  	14 reacciones 13 Me gusta 1 Me asombra	10/01/2024 20:02h	Demostrar su inconformidad en cuanto a las leyes que se ejercen en el país, manifestando que	9	0	Ninguna.

Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.			a debido a los daños causados por parte de los criminales, la prisión preventiva no es la mejor de las consecuencias.			
4. 	8 reacciones 2 Me gusta 6 Me divierte	11/01/2024 07:08h	Burlarse del momento de la toma de las instalaciones del canal mediante un meme, ya que, mientras el atentado sucedía el sonidista no dejó pasar la oportunidad para poner un fondo musical de	9	0	Ninguna.

Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.			suspenso en el set de televisión.			
5.  Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.	14 reacciones 14 Me gusta	12/01/2024 19:30h	Referenciar a través de una imagen con un mensaje corto, que el mismo gobierno es quien llena de miedo a la sociedad, para posteriormente ofrecer una solución y sea bien recibida.	9	0	Ninguna.
6. 	5 reacciones 2 Me gusta	13/01/2024 20:29h	Transmitir su duda de la veracidad de la noticia a los usuarios,	6	0	Ninguna.

Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.	3 Me divierte		contradiciendo la información a la vez que propone un nuevo hecho.			
7.  Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.	7 reacciones 6 Me gusta 1 Me divierte	13/01/2024 21:47h	Manifiesta a través de la palabra "show" que los hechos no fueron más que una dramatización.	5	0	Ninguna.
8.  Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.	82 reacciones 82 Me gusta	10/01/2024 10:07h	Apoyar la labor de los agentes policiales al controlar el caos ocurrido en el canal de televisión, transmitir un mensaje de	11	1	En contra, se burla de lo expuesto por el usuario contestándole y haciendo referencia a que no hay que creer en todo lo que comentan que ocurre utilizando palabras ofensivas.

			esperanza mediante un punto religioso por lo cual usa mayúsculas en la palabra ‘‘Dios’’. Así también recalca que los ciudadanos buenos existen en gran mayoría dentro del país.			 Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.
9.  Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC	5 reacciones 4 Me gusta 1 Me encanta	10/01/2024 12:13h	Enviar un mensaje de desconfianza hacia la veracidad de los hechos ocurridos en el canal de televisión.	2	0	Ninguna.

10.  Nota: Información tomada de la página oficial de Facebook del canal TC.	24 reacciones 6 Me gusta 4 Me divierte 13 Me enoja 1 Me encanta	10/01/2024 16:13h	Burlarse de lo ocurrido, al utilizar la palabra ‘‘drama’’ manifiesta que fue una actuación bien ejecutada por lo cual podría verse realista al punto de crear sensaciones en el usuario.	7	0	Ninguna.

Nota: Elaborada por la investigadora.

Interpretación

Gracias a la matriz de análisis creada para el estudio del comentario que ha generado mayor interacción en cuanto a reacciones en cada una de las publicaciones consideradas se logra percibir, como los usuarios se hicieron presentes de manera inmediata, es decir, se percibe como la hora de publicación y la hora de la respuesta tienen poco tiempo de diferencia.

Así también podemos observar como con respuestas cortas que no sobrepasan las 12 palabras o una imagen o *meme* es suficiente para que expresen y extiendan sus opiniones creadas en torno a la información receptada, algunas de estas perspectivas tienen la finalidad de influir en los demás usuarios y en el canal de televisión extendiendo un mensaje de apoyo desde puntos religiosos que promovían la unión colectiva para velar por la seguridad del país.

Sin embargo, los comentarios de desconfianza no se hicieron esperar, debido a que con el paso de los días y la información que se encontraba en los medios sobre lo sucedido en el canal TC a los ojos de ciertos miembros de la sociedad fue tan solo una actuación o como ellos lo llamaban un show, por lo cual también plasmaron esta perspectiva en los productos comunicacionales difundidos por la página de Facebook del canal de televisión implicado.

Creando así una discusión entre los cibernautas mismos que apoyaban o contradecían lo expuesto en el comentario recurrente considerado, mediante las siete opciones de reacciones y los comentarios, a pesar de ellos podemos notar como la interacción preferida es únicamente las reacciones mas no las respuestas, ya que, al analizar nuestra matriz notamos como únicamente dos de los 10 comentarios tienen un respuesta, mientras que en los ocho restantes en número de respuestas es cero, pero por otro lado, las reaccione están presenten en cada uno de los comentarios.

3.3 Verificación de la pregunta

¿De qué manera el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024 incidió en la opinión pública en su página oficial de Facebook y en el tratamiento informativo?

El tratamiento informativo llevado a cabo por la página oficial de Facebook del canal de televisión TC con relación a la toma de sus instalaciones ocurrido el nueve de enero de 2024 se logra visualizar en los productos comunicacionales difundidos desde el 9 hasta el 13 de enero del mismo año, dando así un total de 10 publicaciones de las cuales tres son videos cortos de menos de tres minutos, mientras que siete son imágenes, seis de ellas poseen un enlace que dirige al usuario a la página informativa digital del canal TC, en estas publicaciones se tratan

temas vinculados al atentado que surgieron posteriormente al mismo algunos de ellos son el origen de las armas utilizadas por parte de los criminales, estrategias de control ejecutadas por los agentes policiales, el impacto internacional que tuvo el suceso, posteriores consecuencias hacia los criminales, pronunciaciones de externos y daños materiales en el canal.

Por ello, la opinión pública no se hizo esperar en cada una de las publicaciones compartidas, ya sea con una respuesta rápida como las reacciones o con una más elaborada en el apartado de comentarios donde distintas perspectivas de los hechos estuvieron presentes a tan solo minutos de haberse difundido cada una de las noticias, a raíz de ello se vio la importancia que la audiencia le dio a cada una de las difusiones al momento de comentar, reaccionar e incluso al compartir las novedades en sus perfiles de Facebook para que más personas la visualicen y conozcan lo ocurrido.

CAPÍTULO IV

IV. CONCLUSIONES

4.1 Conclusiones

Al estudiar el tratamiento informativo ejecutado desde el 9 al 13 de enero de 2024 por la página oficial de Facebook del canal de televisión TC, con relación al caso de la toma de sus instalaciones ocurrido el nueve de enero de 2024 y por ende la opinión pública virtual generada a partir de ello, se llegan a las siguientes conclusiones:

- Con relación al objetivo general que busca determinar de qué manera el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024 incidió en la opinión pública en su página oficial de Facebook y en el tratamiento informativo, podemos mencionar que la influencia que tuvo este momento de caos ocurrido en las instalaciones del canal TC Televisión dio partida a que temas relacionados a ello como el origen de las armas utilizadas por parte de los criminales, estrategias de control ejecutadas por los agentes policiales, el impacto internacional que tuvo el suceso, posteriores consecuencias hacia los criminales, pronunciaciones de externos y daños materiales en el canal, sean asuntos mencionados en dicha red social a través de productos comunicacionales como videos cortos e imágenes que poseían enlaces en los encabezados de la publicación, mismos redireccionaban a la página web del medio de comunicación, esto con la finalidad de informar brevemente a los usuarios a la vez que se crea un mayor número de visitantes en su página informativa digital, creando así un total de 10 productos comunicacionales relacionados al tema.

  Por dicho motivo, la opinión pública se vio presente en cada una de las publicaciones, ya sea con una respuesta rápida como las reacciones o con una más elaborada en el apartado de comentarios donde distintas perspectivas de los hechos estuvieron presentes, así también se vio la importancia que la audiencia le dio a cada una de las publicaciones al momento de compartirla en sus perfiles de Facebook para que más personas la visualicen y conozcan lo ocurrido.
- Al plantearnos el objetivo de elaborar una matriz de análisis sobre los comentarios registrados en la página oficial de Facebook del canal TC en las publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones en el 2024, se logra obtener información

clave para posteriormente estudiar la opinión pública y para comprender como cada una de las publicaciones influyó en ello.

- Para llevar a cabo el objetivo específico de evaluar la opinión pública registrada en la página oficial de Facebook del canal TC en las publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones en el 2024, se genera una matriz de análisis en torno a los comentarios con mayor número de reacciones en cada uno de los productos comunicacionales difundidos, donde se logra presenciar que cada uno de ellos cuentas con un máximo de 12 palabras, siendo las suficientes para crear mayor interacción con los demás usuarios en las reacciones, ya que, en esta era digital las respuestas concisas son consumidas con mayor rapidez por los cibernautas, por lo cual, es más rápido aún interactuar con una reacción breve que toma tan solo segundos plasmarla antes que un comentario que llevaría más tiempo, por dicha razón, se resalta la ausencia de contestaciones a los comentarios considerados, pese a que son 10, solamente dos de ellos cuentan con una respuesta.

  A pesar de contar con pocas palabras los comentarios emitidos fueron claros, demostrando así distintas intenciones al momento de hacer públicas sus opiniones, reluciendo de esta manera perspectivas de apoyo hacia el país y hacia los involucrados, inconformidades antes las leyes impuestas en el caso, burlas hacia lo sucedido e incluso desconfianza sobre la credibilidad del asunto y hacia la información compartida.

  Al vivir en una sociedad de inmediatez, presente constantemente en la internet y mayormente en redes sociales podemos recalcar que las respuestas fueron plasmadas en lapsos cortos de tiempo, es decir, las opiniones públicas estuvieron presentes en pocas horas e incluso minutos después de las publicaciones.

- Finalmente, cumpliendo con el tercer objetivo específico que busca analizar cómo se dio el tratamiento informativo en el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024, podemos evidenciar que este se presenció desde el 9 al 13 de enero de 2024, dando por resultado siete imágenes y tres videos cortos.

  En estos productos comunicacionales se logra visualizar los distintos temas que surgen a partir del atentado, mismos que fueron tomados en cuenta una sola vez, sin embargo, en cuanto a la labor de los agentes policiales que precautelaron la seguridad de los trabajadores presentes en el canal podemos observar cuatro publicaciones relacionadas a ello, demostrando la manera en la que controlaron aquel momento las autoridades correspondientes, esto con la finalidad de transmitir seguridad a los ciudadanos. Se

contempla la utilización de palabras, frases, colores e imágenes que tienen por objetivo apelar a las emociones del usuario, además de informar lo ocurrido.

A pesar de tener un mayor número de usuarios interactuando y por ende enterándose de los detalles de lo ocurrido gracias a los videos publicados, la página solo compartió tres productos comunicacionales en este formato, de los cuales dos de ellos buscaban transmitir una sensación de tranquilidad y confianza en el deber de los agentes policiales al tener el control en momentos de inseguridad, mientras que uno de los videos buscaba simpatizar con aquellos usuarios que dudaban de la creencia del suceso, demostrándoles las secuelas de los daños materiales que se causaron dentro de las instalaciones del canal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, F., y Orquín, F. (2007). *La televisión, información y promoción*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmcxw4x0

Álvarez, J. (2011). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios* (1.ª ed.). https://mediaandentertainmentobservatory.wordpress.com/wpcontent/uploads/2012/04/la_television_etiquetada.pdf

Alvear, G. A., y Cisneros, T. D. (2024). El terrorismo en Ecuador: un análisis longitudinal. *Revista Academia de Guerra del Ejército Ecuatoriano, Volumen 17. Núm. 1, abril 2024*. 66–102. https://doi.org/10.24133/AGE.VOL17.N01.2024.05

Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain. *Revista Latina de Comunicacion Social*, *70*, 423–450. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053

Ardèvol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H., y McCombs, M. E. (2020). Origins and development of the agenda-setting theory in communication: Trends in Spain (2014-2019). *Profesional de La Informacion*, *29*(4), 1–23. https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14

Astonitas Villafuerte, L. M. (2005). Personalidad, hábitos de consumo y riesgo de adicción a Internet en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología, 23*(1), 65-112. https://www.redalyc.org/pdf/3378/337829529003.pdf

Avendaño, C. (2011). *La televisión y sus nuevas expresiones.* Comunicar, XVIII (36), 10-14. http://educa.fcc.org.br/pdf/comunicar/v18n36/v18n36a02.pdf

Áviles, L. (2014). Periodismo y opinión pública en redes sociales: El caso Bucaram Pazmiño y el Universo, a través de las redes de opinión de la web 2.0 de Diario El Universo (Vol. 20) [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio digital UPS.https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6912/1/UPS-QT05587.pdf

Barboza, W., y Annuasi, G. E. (2023). El ejercicio del periodismo y las nuevas herramientas digitales en el proceso de selección, jerarquización y construcción de la información deportiva. https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/157089

Berganza Conde, M., Oller Alonso, M., & Meier, K. (2010). Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español. *Revista Latina de Comunicación Social, 65*(1), 488-502. https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-914-488-502

Blasco Fontecilla, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? *Tarbiya, Revista de Investigación e Innovación Educativa*, *49*. https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007

Bodega, C. (2022). *De los secretos oficiales a la información clasificada* [Tesis de grado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio académico Comillas. https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/72390/TFG%20-%20Bodega%20Marin%2c%20Cristina.pdf?sequence=-1

Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión* [Libro digital]. https://lideresdeizquierdaprd.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/11/sobre-la-television-pierre-bourdieu.pdf

Bryson, J., Crosby, B., y Middleton, M. (2006). El impacto del contexto organizacional y la tecnología de la información en las capacidades de intercambio de conocimientos de los empleados. *Revisión de la Administración Pública, 66*(3), 370-385. https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00595.x

Caminos Marcet, J. M., Marín Murillo, F., y Armentia Vizuete, J. I. (2007). Elementos definitorios del periodismo digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 13*(1), 317-336. https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110317A

Castells, M. (2001). Internet y la Sociedad Red. *Revista Bimensual de Pensamiento Social. La Factoría*.https://centro.observatoriorh.org/sites/centro.observatoriorh.org/files/webfiles/fulltext/curso_obs/lectura6.pdf

Castells, Manuel. (2012). *Redes de indignación y esperanza : los movimientos sociales en la era de internet*. Alianza Editorial. Redalyc.Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet. CASTELLS, Manuel. Alianza, Madrid, 2012. 294 pp. ISBN 978-84-206-0960-7

Castillo Salina, Y. C. (2024). Socio-anthropological challenges of Agenda Setting Theory: reconstitution of the model in a case study. *European Public and Social Innovation Review*, *9*, 1-22. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1023

Cornish, S. (1997). Estrategias para la adquisición de información de mercado e implicaciones para la transferibilidad de los insumos de información. *Anales de la Asociación de Geógrafos Estadounidenses, 87*(3), 451-470. https://doi.org/10.1111/1467-8306.00063

Cruz García, C. (2019). Fuentes de información Information Sources. *Publicación Semestral*, *8*(15), 57–58. https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/issue/archive

Cruz, V., y Micho, A. (2014). Propuesta de programa de periodismo preventivo y de intermediación en televisión, en base del estudio del noticiero *Contacto con la comunidad*, Quito [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7540

De León Vázquez, S. (2015). Prácticas periodísticas en Aguascalientes: estructuras de interpretación para acercarse al acontecer. *Comunicación y Sociedad, 2*(1), 185-228. https://doi.org/10.32870/cys.v0i2.4224

Díaz-Noci, J. (2010). Trends in internet media. *Profesional de La Informacion*, *19*(6), 561–567. https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.01

Domínguez, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública, 33*(3), 1-11. https://www.redalyc.org/pdf/214/21433320.pdf

Elorza, V. (2024, 4 de enero). La teoría de usos y gratificaciones: Qué es y qué explica sobre la sociedad. *Psicología y Mente*. https://psicologiaymente.com/social/teoria-usos-gratificaciones

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, *43*(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Fernández Torres, J. (2005). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: Dictamen de las asociaciones de telespectadores. *Comunicar, 25*, 115-122. https://www.redalyc.org/pdf/158/15825083.pdf

González López, F. (2019). Las redes sociales no son la opinión pública. *Mensaje, 68*(677).https://link.gale.com/apps/doc/A585576945/IFME?u=anon~290f273b&sid=googleScholar&xid=13683dfa

González, A. (2016). Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España. *Revista mexicana de opinión pública*, (21), 95-113. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448491120160002000095&lng=es&tlng=es

Guo, L., y Vargo, C. (2015). The Power of Message Networks: A Big-Data Analysis of the Network Agenda Setting Model and Issue Ownership. *Mass Communication and Society*, *18*(5), 557–576. https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045300

Hernández-Silvera, D.-I., Pécora, A.-N., y Núñez, F.-J. (2024). Aprendizaje de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el envejecimiento activo: un estudio cualitativo en Buenos Aires. *Revista Panamericana de Pedagogía*, *39*. https://doi.org/10.21555/rpp.3198

Imbert, G. (2010). *La sociedad informe: Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites* (1.a ed.). https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9586817

Kovach, B., y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Aguilar. https://books.google.com.ec/books?id=NXQx364hD9YC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Lang, G. E., y Lang, K. (1981). Watergate: An exploration of the agenda-building process. *Mass Communication Review Yearbook, 2*, 447-468. https://www.researchgate.net/publication/304496957_Watergate_An_exploration_of_the_agenda-building_process

Llobet, L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? *UNIrevista, 1*(3).https://www.docsity.com/es/docs/la-funcion-social-del-periodismo-o-periodismo-social/5103975/

López García, G. (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. https://libros.metabiblioteca.org/items/97622186-847c-4ca2-89f2-ea552b1f5051

López, F. (1995). *70 columnistas de la prensa española*. Ediciones Universidad de Navarra, S.A. https://dadun.unav.edu/server/api/core/bitstreams/e1ef1838-12f2-48e2-a4e6-7ec384d2f3d8/content

Manfredi, J. (2020). Ética del periodismo [Libro digital]. En *La comunicación pública en Iberoamérica I. Conferencias de las Cumbres Iberoamericanas de Comunicadores* (1.a ed., pp. 131-142). Fundación Interamericana de la Comunicación. Recuperado de https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/b7c3dd45-af8c-4283-91ce c1aaebc342f1/content

Manfredi, J. (2020). Ética del periodismo. *Conferencias de las Cumbres Iberoamericanas de Comunicadores*. Fundación Interamericana de la Comunicación. https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/b7c3dd45-af8c-4283-91ce c1aaebc342f1/content

Martínez, D. (2010). *La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales*. www.comunicacion3punto0.com|cientifico@comunicacion3punto0.com

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma. https://books.google.com.ec/books?id=dSITRGdycwsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Marulanda, W. C., y Villa Carmona, G. A. (2018). Color as sign. Reflections on the design of visual messages. *Kepes*, *15*(18), 81–109. https://doi.org/10.17151/kepes.2018.15.18.4

Mayorga, M. I. J., y Holguín, M. C. R. (2024). Las redes sociales como instrumento del terrorismo en el ecuador.). *Revista Academia de Guerra del Ejército Ecuatoriano*, *Volumen 17. Núm. 1, abril 2024*. 92-102. https://doi.org/10.24133/AGE.VOL17.N01.2024.07

McCombs, M. (2008). La agenda a la que se enfrenta el sector: Los medios de comunicación y la opinión pública. *https://www.researchgate.net/publication/318471348_Setting_the_agenda_The_mass_media_and_public_opinion*

McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: Explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Journal of Communication, 45*(2), 85-105. https://doi.org/10.15581/003.8.35616

Mccombs, M., Barrios, M. M., y Garcés-Prettel, M. (2023). *Repensando la cobertura informativa ambiental desde la Agenda-Setting y la función normativa de atributos*. https://doi.org/10.32870/cys

Mena, M., y Lizenberg, N. (2015). Desarrollo de competencias investigadoras en la sociedad red. *Revista de Educación a Distancia (RED), (38)*. https://revistas.um.es/red/article/view/234111

Moncayo Gallegos, P. (2024). Terrorismo, derecho y sociedad. *Revista Academia de Guerra del Ejército Ecuatoriano, Volumen 17. Núm. 1, abril 2024*. 32–64. https://doi.org/10.24133/AGE.VOL17.N01.2024.02

Orihuela, L. (2002). Internet: Nuevos paradigmas de la comunicación. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, 077*. https://www.redalyc.org/pdf/160/16007702.pdf

Pellisser Rossell, N., y Pineda, A. (2014). Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y de infoentretenimiento. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, *20*(2). https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2014.v20.n2.47036

Pico Medina, D. (2024). El desarrollo del crimen organizado y del terrorismo en Ecuador. *Revista Academia de Guerra del Ejército Ecuatoriano, Volumen 17. Núm. 1, abril 2024*. 42–64. https://doi.org/10.24133/AGE.VOL17.N01.2024.03

Pulamarín Cuascota, A. (2024). *Análisis del tratamiento informativo de muertes violentas por parte de los medios digitales locales de la ciudad de Cayambe en el periodo 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte] Repositorio digital UTN. https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/15577

Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. www.editorialcapin.com.ar

Renquejo, V. (1986). La ética periodística en el Perú. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*. https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/14994/1/REXTN-Ch18-07-Renquejo.pdf

Renquejo, V. (1986). La ética periodística en el Perú. *Revista Latinoamericana de Comunicación.* https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/14994/1/REXTN-Ch18-07-Renquejo.pdf

Rincón Rodríguez, O. G., y Barbero, J. (2001). *Televisión pública: Del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello. https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero053/television-publica-del consumidor-al-ciudadano/?output=pdf

Ríos Ortega, J. R. (2014). *El concepto de información: dimensiones bibliotecológica, sociológica y cognoscitiva* (Vol. 28). https://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v28n62/0187-358X-ib-28-62-00143.pdf

Robledo-Dioses, K. (2017). *Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión The evolution of journalism: media contributions to the consolidation of the profession*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057561

Rodrigo-Alsina, M., y Cerqueira, L. (2019). Journalism, ethics and post-truth. *Cuadernos.Info*, *44*, 225–239. https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418

Rodríguez, M. (2018). Redes sociales y hábitos de consumo en estudiantes universitarios: Caso Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, en Boyacá - Colombia. *Revista Espacios, 39*(09), 37. https://www.revistaespacios.com/a18v39n09/a18v39n09p37.pdf

Roses, S. y Farias-Batlle, P. (2012). Credibilidad de los medios: un análisis bivariado de las opiniones de los españoles. Revista Mediterránea de Comunicación, vol. 3, n.º 1, 79-104. https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/23080

Shaw, D. L., y McCombs, M. E. (1977). *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. West Publishing. https://search.worldcat.org/es/title/1023978615

Suarez, A. (2020). El tratamiento periodístico en los reportajes televisivos [Tesis de pregrado, Universidad de San Martìn de Porres]. Repositorio académico USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8180/SUAREZ_RL.pdf?sequence=1

Sundar, S. S., y Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(4), 504-525. https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827

Torres, P., Zapata, E., Guerrero, C., Júnior, G., Gestión, H. A., Prada Torres, O., Rafael Rangel Trujillo, N., Eslava Zapata Profesor, R., Alonso Gonzalez Júnior, H., y Alonso, H. (2019). Gestiòn Editorial: Tratamiento de la información periodística. *Sapienza organizacional, 11 , 200-219.* http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/3128/15104-21921930238-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Uriarte, M., y Acevedo, M. (2018). Sociedad red y transformación digital: Hacia una evolución de la consciencia de las organizaciones. *Economía Industrial, 1*(407), 35. https://www.mintur.gob.es/eses/publicaciones/paginas/detallePublicacionPeriodica.aspx?numRev=407

Velásquez Lozano, L. (2023). *Tratamiento informativo realizado a diario el comercio sobre la crisis carcelaria de ecuador, período junio-noviembre 2021*[Tesis de pregrado. Universidad Nacional Chimborazo] Repositorio digital UNACH. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/12579

Whiting, A., y Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, *16*(4), 362–369. https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041

ANEXOS

Anexo 1: Revisiones de las matrices

Universidad Técnica de Ambato

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Carrera de Comunicación

"TOMA DE INSTALACIONES DEL CANAL TC EN EL 2024: OPINIÓN PÚBLICA EN SU PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK Y TRATAMIENTO INFORMATIVO"

Objetivo general

Determinar de qué manera el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024 incidió en la opinión pública en su página oficial de Facebook y en el tratamiento informativo.

Objetivos específicos

- Elaborar una matriz de análisis sobre los comentarios registrados en la página oficial de Facebook del canal TC en las publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones en el 2024.

- Evaluar la opinión pública registrada en la página oficial de Facebook del canal TC en las publicaciones relacionadas a la toma de sus instalaciones en el 2024

- Analizar cómo se dio el tratamiento informativo en el caso toma de instalaciones del canal TC en el 2024.

Matrices:

Matriz para publicación de imagen

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web con más información?

Matriz para publicación de video:

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de comentarios	Veces compartidas	Duración del video	Número de reproducciones	Fecha y hora de publicación	Tomas predominantes	Intención del video	Sonido de fondo

Matriz para el comentario que generó mayor interacción en cada publicación:

Comentario	Número de reacciones	Fecha y hora del comentario	Intención del comentario	Número de palabras	Número de respuestas	Tipo de respuestas al comentario

Observaciones: _____

Validado por: Walter Vitori

Firmado: _____

Matriz para publicación de imagen:

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web con más información?

Matriz para publicación de video:

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de comentarios	Veces compartidas	Duración del video	Número de reproducciones	Fecha y hora de publicación	Tomas predominantes	Intención del video	Sonido de fondo

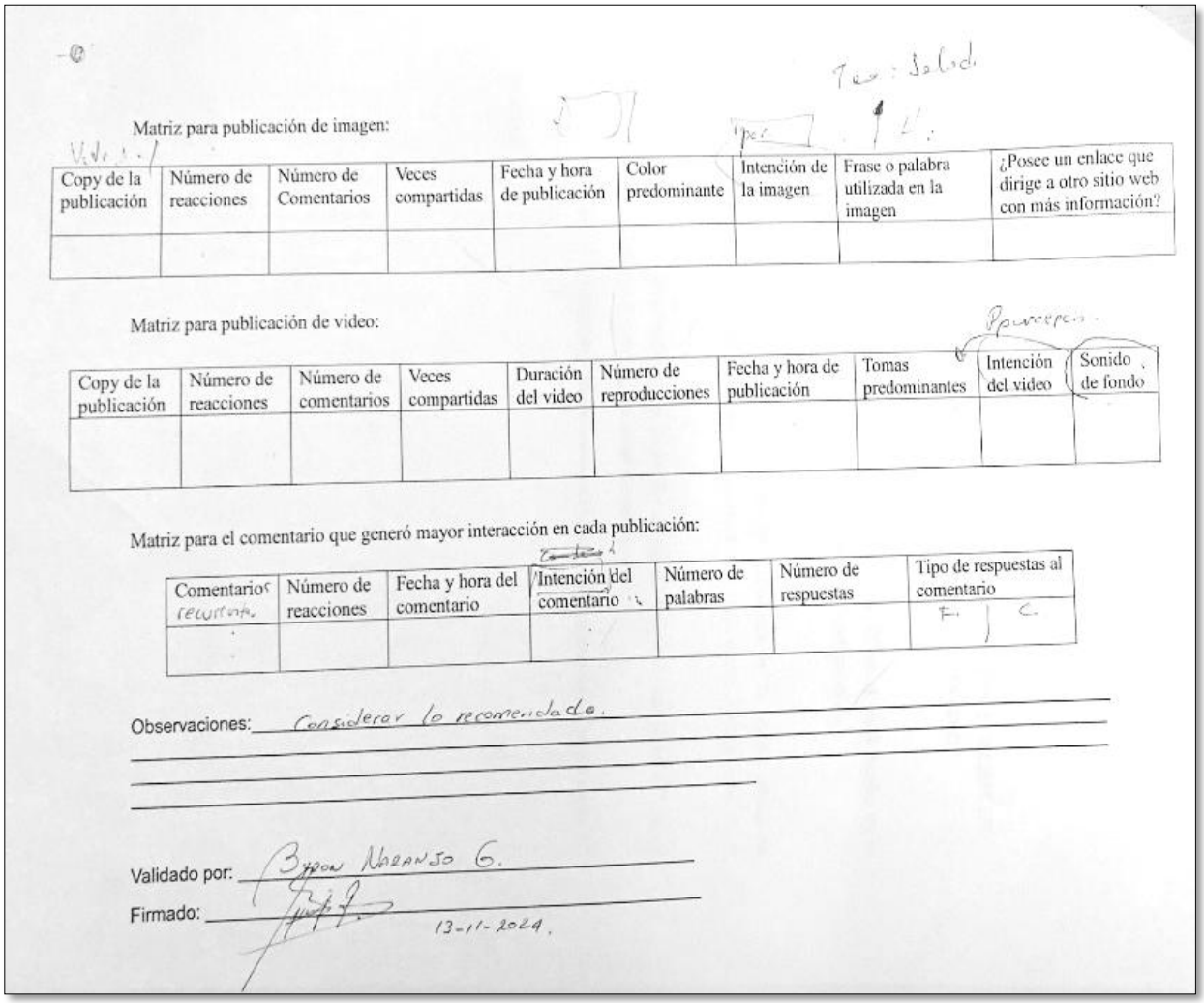
Matriz para el comentario que generó mayor interacción en cada publicación:

Comentario	Número de reacciones	Fecha y hora del comentario	Intención del comentario	Número de palabras	Número de respuestas	Tipo de respuestas al comentario

Observaciones: Ninguna

Validado por: Jenny Rivas

Firmado:



Matriz para publicación de imagen:

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de Comentarios	Veces compartidas	Fecha y hora de publicación	Color predominante	Intención de la imagen	Frase o palabra utilizada en la imagen	¿Posee un enlace que dirige a otro sitio web con más información?

Matriz para publicación de video:

Copy de la publicación	Número de reacciones	Número de comentarios	Veces compartidas	Duración del video	Número de reproducciones	Fecha y hora de publicación	Tomas predominantes	Intención del video	Sonido de fondo

Matriz para el comentario que generó mayor interacción en cada publicación:

Comentarios recurrentes	Número de reacciones	Fecha y hora del comentario	Intención del comentario	Número de palabras	Número de respuestas	Tipo de respuestas al comentario

Observaciones: Considerar lo recomendado.

Validado por: Byron Naranjo G.

Firmado:

13-11-2024.