

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**



**“IMPORTANCIA Y ACEPTACIÓN POR FACEBOOK DEL
NOTICIERO RED LATINA DE ENERO A ABRIL DEL 2019”**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. VICTOR SKINNERT VALENCIA APAZA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

PUNO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**“IMPORTANCIA Y ACEPTACIÓN POR FACEBOOK DEL
NOTICIERO RED LATINA DE ENERO A ABRIL DEL 2019”**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. VICTOR SKINNERT VALENCIA APAZA
PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:



PRESIDENTE:


M. Sc. ROMEL ALFREDO MONTESINOS CONDO

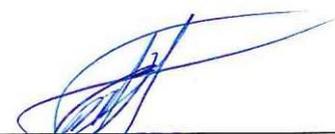
PRIMER MIEMBRO:


Dr. WALKER ERNESTO ARAGON CRUZ

SEGUNDO MIEMBRO:


M. Sc. RAUL RODOLFO APAZA MENESES

DIRECTOR / ASESOR:


M. Sc. CESAR ELEODOR DEL CARPIO FLORES

AREA: Periodismo

TEMA: Periodismo digital

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 25 de julio del 2019

DEDICATORIA

A mis padres Roberto y Soledad, por ser parte e impulsores de mi vida profesional, por la comprensión y aliento en seguir adelante. A mis hermanas Fiorela, Cintya y Daniela por su apoyo y sonrisas a diario. A Dios por darme una familia emprendedora y guiar los pasos que me propuse para llegar a mis metas y objetivos.

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano, quienes compartieron sus conocimientos durante los 5 años de formación profesional en esta prestigiosa universidad.

A mis jurados Romel Montesinos Condo, Walker Aragón Cruz, Raul Apaza Meneses, quienes aportaron con sus conocimientos en renovar el presente trabajo de investigación, y un agradecimiento especial a mi asesor M. sc. Cesar del Carpio Flores, quien con su rol de asesor, me ha orientado, apoyado y corregido incondicionalmente en concluir el presente trabajo de investigación.

A una persona en especial, Lourdes Callatupa Huarcusi, por su exigencia, apoyo incondicional y comprensión para concluir la tesis.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 14

ABSTRACT..... 15

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 18

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 19

 1.2.1. Problema general 19

 1.2.2. Problemas específicas 19

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN 19

 1.3.1. Hipótesis general 19

 1.3.2. Hipótesis específicas 19

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 20

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 21

 1.5.1. Objetivo general 21

 1.5.2. Objetivos específicos 21

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES 22

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
2.1.1. Nivel internacional	23
2.1.2. Nivel nacional	24
2.1.3. Nivel Regional	24
2.2. MARCO TEÓRICO	25
2.2.1. Facebook	25
2.2.1.1. Fan page:	27
2.2.1.2. Interacciones y comentarios	28
2.2.1.3. Facebook, reacciones de la red social a publicaciones y transmisione	29
2.2.1.4. Comentarios	31
2.2.1.5. Compartir la transmisión en vivo	31
2.2.1.6. Reproducciones de la transmisión en vivo	32
2.2.2. Medios de comunicación y cibermedio	33
2.2.3. Nuevos medios de información	33
2.2.4. La era digital	35
2.2.5. Medio de comunicación	37
2.2.5.1. Medio de audiovisuales	38
2.2.5.2. Medios radiofónicos	38
2.2.5.3. Medios impresos:	39

2.2.5.4. Medios digitales:	39
2.2.6. Tipos de medios de comunicación según su carácter	40
2.2.6.1. Informativos	40
2.2.6.2. Entretenimiento:	41
2.2.6.3. Análisis:	41
2.2.6.4. Especializados	41
2.2.7. Relación entre medio de comunicación y tecnología	42
2.2.8. La importancia de las redes sociales en la actualidad	43
2.2.9. Beneficios de usar las redes sociales:	44
2.2.10. Facebook una de las redes sociales más importante en el 2017	44
2.2.11. Transmisión en vivo por Facebook	45
2.2.11.1. ¿Qué es una transmisión en vivo por Facebook?	45
2.2.11.2. ¿Por qué hacer una transmisión en vivo por Facebook?	46
2.2.11.3. El video en Facebook te acerca a tu audiencia:	46
2.2.11.4. Precauciones que se deben tomar en cuenta en una transmisión en vivo:	46
2.2.11.5. Como hacer una transmisión en vivo en Facebook	48
2.2.11.5.1. Transmisión por página	49
2.2.11.5.2. Transmisión con un software de codificación:	50
2.2.12. Que actividades transmitir en vivo por Facebook	52
2.2.12.1. Documentar una manifestación	52
2.2.12.2. Interactuar con la audiencia	53

2.2.12.3. Noticieros.....	55
2.2.13. Periodismo de medios sociales	56
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	57
2.3.1. Comentarios de videos en vivo por Facebook.....	57
2.3.2. Compartir la transmisión en vivo	57
2.3.3. Era digital.....	57
2.3.4. Facebook.....	57
2.3.5. Fan page.....	57
2.3.6. Interactuar con la audiencia	58
2.3.7. Medios audiovisuales	58
2.3.8. Medio de comunicación.....	58
2.3.9. Medios digitales.....	58
2.3.10. Noticiero por redes sociales.....	58
2.3.11. Redes sociales	59
2.3.12. Reproducción de video en redes sociales	59
2.3.13. Reaccionar a una transmisión en vivo	59
2.3.14. Seguidores de fan page	59
2.3.15. Usuario de Facebook	60
2.3.16. Transmisión en vivo.....	60

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. MÉTODO	61
--------------------------	-----------

3.1.1. El método de investigación a utilizarse es de estudio cuantitativo	61
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	62
3.2.1. La investigación es diseño no experimental	62
3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	62
3.3.1. El modelo es de relación de investigación descriptiva	62
3.4. UNIDAD DE ANÁLISIS Y UNIDAD DE OBSERVACIÓN	63
3.4.1. Unidad de observación	63
3.4.2. Unidad de análisis	63
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	63
3.5.1. Población	63
3.5.2. Muestra	63
3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	64
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1. TABLA COMPARATIVA DE INDICADORES	65
4.2. TABLA DE ORDEN DE ALCANCE	68
4.3. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR REPRODUCCIONES	70
4.4. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR CANTIDAD DE VECES QUE SE COMPARTIÓ	72
4.5. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR REACCIONES	74
4.6. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR COMENTARIOS	76
CONCLUSIONES	79

RECOMENDACIONES	81
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	83
ANEXOS.....	87
ANEXO A: Links de transmisiones red latina:.....	88
ANEXO B: Capturas	89
ANEXO C: Portada de la fan page de red latina y cantidad de seguidores	95
ANEXO D: Información de la página de Facebook	96
ANEXO E: Ficha de observación	97
ANEXO F: Matriz de consistencia	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Indicadores de la transmisión por Facebook de enero a abril 2019 del noticiero Red Latina.	66
Figura N° 2 Alcance a la población de enero a abril 2019.	68
Figura N° 3 Reproducciones de los videos en vivo.	70
Figura N° 4: Veces que se compartió la transmisión por Facebook.	72
Figura N° 5 Reacciones de las transmisiones en vivo.	74
Figura N° 6: Comentarios de las transmisiones en vivo.	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Indicadores de la transmisión por Facebook.....	65
Tabla N° 2: Alcance a la población de enero a abril 2019.	68
Tabla N° 3: Reproducciones de los videos en vivo.	70
Tabla N° 4: Veces que se compartió la transmisión por Facebook.	72
Tabla N° 5: Reacciones de las transmisiones en vivo.	74
Tabla N° 6: Comentarios de las transmisiones en vivo.	76

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

OBS STUDIO	:	Open Broadcaster Software Studio
TIC	:	Tecnología de la Información y Comunicación
URL	:	Uniform Resource Locator

RESUMEN

La presente investigación, titulada: “Importancia y aceptación en la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019”, tiene como objetivo general conocer la importancia de transmitir por Facebook el noticiero matinal de Red Latina de lunes a viernes de 7 a 8 de la mañana por TV LATINA (señal abierta 49, cable estación 86 y cable más 14) para conocer el alcance en la población de Puno de enero a abril 2019. El nivel de investigación es descriptivo, la metodología es hipotético deductiva, el paradigma usado es el cuantitativo, utilizando la técnica de observación, mediante la guía de observación como instrumento. Se llegó a la conclusión de que las transmisiones en vivo del noticiero Red Latina, son muy importantes, ya que en una era tecnológica donde las redes sociales son muy utilizadas por los ciudadanos, entonces se crea la necesidad de informar tras esta plataforma virtual, la cual genera el interés por parte de los usuarios que siguen esta red social en Facebook. El contar con videos en vivo del noticiero, da a conocer como es la interacción de los usuarios de Facebook, con la noticia que se transmite; generando aceptación tras los comentarios, opiniones a libre decisión y reacciones sobre el noticiero e información que se difunde, esto da la posibilidad de que más usuarios de Facebook sigan el noticiero Red Latina y así tener mayor importancia del noticiero red latina. La interacción del noticiero a través de las reproducciones y veces compartidas por parte de los usuarios establece que cada vez más y más población con una cuenta en Facebook, puedan ver el noticiero, esto genera una aceptación en la población, ya que visualizarán la transmisión que viene siendo compartida en tiempo real, lo cual facilita a que más personas se conecten para ver el informativo.

Palabras clave: Facebook, Transmisión, Digital, Noticiero Red Latina.

ABSTRACT

The present research, entitled: "Importance and acceptance in the transmission of the newsletter Red Latina from January to April 2019 ", has as a general objective to know the importance of transmitting on Facebook the morning news of Red Latina from Monday to Friday from 7 to 8 in the morning on TV LATINA (open signal 49, cable station and cable plus 14) to know the reach in the population of Puno in January and February 2019. The level of research is descriptive, the methodology is hypothetical deductive, the paradigm used is quantitative, using the observation technique, through the observation guide as an instrument. It was concluded that the live broadcasts of the Latino network newscast are very important, since in technological is where social networks are widely embraced by citizens, the need to inform is created behind this virtual platform, which generated interest from users who follow this social network on Facebook. Having live video of the news program, reveals how the interaction of Facebook users is, with the news that is transmitted; generating comments, opinions to free decision and reactions on the news and information that is disseminated, this gives the possibility that more Facebook users follow the news network Latin and thus have greater importance of the Latin network news. The interaction of new through the reproductions and times shared by the users establishes that more and more population with an account on Facebook, can see the news this generates an acceptance in the population, since they will visualize the transmission that it has been shared in real time, which makes it easier for more people to connect to watch the news.

Key Words: Facebook Transmission, Digital, Latin network news

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene como finalidad poder plasmar que tan importante es realizar transmisiones en vivo del noticiero matinal de RED LATINA que se emite de lunes a viernes de 7 a 8 de la mañana por TV LATINA señal abierta 49, cable estación 86 y cable más 14, ya que hoy en día es muy importante poder posicionarse en las redes sociales, como el Facebook para que la población pueda informarse de primera mano sobre los acontecimientos que se difunden en este noticiero matinal en Puno y que a través de esta red social puedan difundirse de forma masiva, (Carrasco, 2018)

Por otro lado, el contar con una transmisión en vivo del noticiero genera que la población que posee una cuenta en Facebook pueda informarse de los hechos que ocurren de lunes a viernes y a su vez compartir con otros usuarios que usan esta plataforma virtual e informarse de los acontecimientos en Puno; (Carrasco, 2018).

Como resultado de poder contar con una plataforma virtual de transmisión en Facebook, se puede obtener mayor seguimiento del noticiero y el mismo medio de comunicación, esto genera que la población a través de esta transmisión pueda ver, seguir, y hasta comentar de la noticia que se emite en el horario a difundir, (Hernández 2013)

Facebook es la principal red social del mundo, con mayor número de usuarios que se conectan al día, pero la presencia en ella de millones de marcas sectores y medios de difusión hace que destacar sea cada vez complejo, y que el alcance de nuestras publicaciones deba ser seleccionado. Por tanto, si existen razones de peso por las que una empresa necesite estar en red es sociales, más aún para tener presencia en la difusión de información. (Hernández 2013)

Los formatos van cambiando y los consumidores se vuelven más exigentes y seleccionando aquellos contenidos que más les atraen, el 80% de los contenidos que circularán por los dispositivos móviles dentro de dos años serán vídeos. Una afirmación que hizo recientemente Nicola Mendelsohn, vicepresidenta de Facebook en Europa y África en marzo del 2017, en una charla del Club de Creativos en el Kursaal de San Sebastián. (Austin, & Doust, 2008)

Por tanto, Facebook, es la herramienta que te proporciona la propia red social para transmitir en streaming (directo) va a ser tu principal aliado en cualquier estrategia de marketing y difusión de información que implementes. (Hernández 2013)

En la presente tesis, se utiliza el método cuantitativo, puesto que vamos a recopilar información y analizar los datos referenciales al proyecto, usando herramientas informativas tales como la guía de observación; es por ello que el ambiente o espacio donde se llevó a cabo el presente proyecto, el mismo set de televisión del medio de comunicación TV LATINA, en donde se emite el noticiero matinal, el cual está ubicado en el Parque Pino de la ciudad de Puno.

De acuerdo al marco legal de las normas establecidas por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, en el presente trabajo se desarrollan los siguientes capítulos:

En el primer capítulo contempla el planteamiento del problema, antecedentes relacionados a la investigación y los objetivos de la investigación para lo cual se trazó el objetivo general y objetivos específicos.

En el segundo capítulo, se muestra la revisión literatura de la investigación donde se desarrolla los principales temas de la importancia y aceptación de transmitir en redes

sociales, entre otros temas que sustentan la investigación. Así mismo, se tiene el marco conceptual y la hipótesis de investigación.

En el tercer capítulo, se desarrolla la metodología de la investigación, que es hipotético deductiva no experimental de estudio cuantitativo, también se encuentra el nivel de investigación, población y muestra que se consideró para la investigación.

En el cuarto capítulo, contiene el resultado y discusión obtenidos mediante la encuesta realizada, donde se muestran las tablas, figuras e interpretación de cada uno de los resultados.

Finalmente, se dan a conocer las conclusiones y sugerencias que conllevó la investigación realizada de acuerdo a los objetivos trazados anteriormente, a su vez se presentó las recomendaciones y referencias a los cuales nos basamos en la investigación, Asimismo, se adjuntan los anexos.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La transmisión por redes sociales (Facebook) hoy en día es cada vez más constante, sobre todo en la ciudad de Puno, varios medios de comunicación y periodistas independientes utilizan el Facebook como herramienta para publicar información y de esa forma obtener mayor cantidad de seguidores en su red social; a lo cual las transmisiones en vivo de un medio de comunicación genera una mayor aceptación de la población y sintonía del mismo canal de tv, prensa escrita o radial que utilice esta herramienta digital.

Debemos hacer conocer que en plena era digital el noticiero Red Latina del medio de comunicación Tv Latina no contaba con esta herramienta lo cual es muy necesaria hoy en día, porque la población puneña utiliza redes sociales a diario, sobre todo los que están al pendiente de una publicación de noticias de diversos medios de comunicación ya sean

televisivos, radiales y prensa escrita; a esto se suma las transmisiones en vivo que es muy necesario hoy en día en un canal de televisión para incrementar la cantidad de seguidores o ciudadanos que prefieran ver este medio de comunicación. Es por ello que surgió el planteamiento que este noticiero cuente con el valor agregado de transmisión en vivo en su cuenta de Facebook y de esa forma generar mayor aceptación del público.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Por qué es importante transmitir en vivo por Facebook el noticiero de Red Latina para mayor sintonía de la población de Puno de enero a abril del 2019

1.2.2. Problemas específicas

- a) ¿Por qué se debe transmitir en vivo por Facebook el noticiero de Red Latina de enero a abril del 2019?
- b) ¿Cómo determinar el interés en la población de Puno, el contar con transmisiones en vivo por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

El tener transmisiones en vivo por Facebook del noticiero red latina es muy importante y significativo, puesto que generaría mayor sintonía del informativo en los usuarios de Facebook de Puno, de enero a abril del 2019.

1.3.2. Hipótesis específicas

- a) Las transmisiones en vivo del noticiero Red Latina por Facebook generaría opiniones y reacciones en la población de Puno de enero a abril del 2019.
- b) El interactuar el noticiero de Red Latina mediante el Facebook implantaría que cada vez más usuario de esta red social puedan ver y compartir la información que se difunde desde cualquier lugar que se encuentre con un equipo móvil de enero a abril del 2019.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia y aceptación de la población puneña en que el noticiero de Red Latina, transmita en vivo por la red social de Facebook, determina si existe mayor sintonía para el noticiero y a su vez generar opinión en la población que pueda ver en Facebook las transmisiones de la información (noticias) que se difundan.

Es determinante dar a conocer que esta plataforma virtual capta la mayor parte de jóvenes de la población puneña, los cuales están al pendiente de publicaciones que se den en Facebook.

Es por ello que teniendo transmisiones por Facebook se obtiene mayor interacción de forma indirecta entre quien este encargado de la conducción del informativo hacia los cibernautas, esto puede ser comprobado con las gráficas y tablas realizadas, porque se plasma el interés de los usuarios a seguir conectados en ver más información que se dé con el noticiero; ya que estamos en plena era digital y un Smartphone está al alcance de la mayoría de la ciudadanía, es necesario que este noticiero pueda tener transmisiones en vivo por esta red social, de tal forma que, lo tradicional en un noticiero pase a ser más dinámico e interactivo y fugas, esto tendría mayor aceptación y sintonía en el público, lo

que es muy importante en plena era digital, puesto que también existen otros noticieros de diversos medios de comunicación en Puno, que si cuentan con esta opción en Facebook; se observa que muchos cibernautas comentan las transmisiones, reaccionan y hasta comparten la información que se difunde, es por ello que el noticiero Red Latina es importante que tenga esta opción en redes sociales; en tanto la necesidad de esta opción en Facebook, dará como resultado una mejor captación y sintonía con la población puneña, ya que a su vez generará que la ciudadanía pueda ver la transmisión en vivo, llegue a opinar y hasta compartir la información o noticias que se difunden de lunes a viernes; por otro lado podrán también aportar con comentarios, denuncias o informar sobre acontecimientos que ocurran en el momento de la difusión del noticiero red latina, de esta forma se tendrá mayor posicionamiento del noticiero y hasta del propio medio de comunicación por donde se emite el informativo.

De igual forma, los ciudadanos que puedan ver la difusión en Facebook, tendrán un margen de aceptación de la información a difundir, en el día a día; de esta forma el noticiero tendrá a la población puneña conectada y pendiente de las publicaciones y transmisión, para que puedan observar lo que ocurre a diario.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Conocer la importancia de transmitir en vivo por Facebook el noticiero Red Latina que se tiene en la población de Puno de enero a abril del 2019.

1.5.2. Objetivos específicos

- a) Conocer si es aceptable el transmitir en vivo por Facebook el noticiero Red Latina de enero a abril 2019.
- b) Determinar cómo ve e interactúa la población de Puno, con el contar con transmisiones en vivo del noticiero de Red Latina de enero a abril 2019.

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE			
Transmitir en vivo por Facebook	Magnitud de la importancia de transmitir el noticiero matinal	Alcance	- Observación (Guía de observación)
DEPENDIENTE		Comentarios Reacciones Reproducciones Compartidas	
Reacciones en Facebook de la transmisión en vivo	Cobertura del noticiero de Red Latina Puno		- Observación (Guía de observación)

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Nivel internacional

- a) Martínez (2013), en la tesis “Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales, análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles” por la Universidad Complutense de Madrid, concluye que: Atendiendo la mayoría de opiniones no solo de los periodistas, sino también de los profesores de Universidad e investigadores relacionados con el periodismo, efectivamente, nos encontramos en una fase de transición periodística que alumbrará un nuevo escenario diferente, en donde las redes sociales se convierten en nuevas herramientas de trabajo y donde los medios sociales adquieren relevancia en una sociedad cada vez más conectada a internet, que goza de una mayor movilidad gracias al uso generalizado de los Smartphone
- b) Pazmiño (2010), en la tesis “El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana” por la Universidad Politécnica Salesiana de Quito, concluyó que: Las redes sociales se han convertido en una parte natural de las vidas de la juventud de hoy en día, porque son perfectas para información. El internet es una fuente de comunicación moderna, que puede causar adicción social, porque cuando un joven escribe, su único contacto es con la pantalla de un computador, sin ver ni escuchar a esa persona con la que supuestamente se está comunicando, y pierde la noción de tiempo, también los signos lingüísticos no se respetan en algunos sitios web o redes sociales.

2.1.2. Nivel nacional

- a) Tarazona (2013), en la tesis “Variables psicológicas asociadas al uso del Facebook: autoestima y narcisismo” por la Universidad Católica del Perú, concluyo que: Existe una leve relación entre las variables de uso de Facebook con las áreas de los cuestionarios de autoestima y narcisismo utilizados en esta investigación, se encontró que la muestra de los jóvenes universitarios de Lima metropolitano se caracteriza por tener un alto uso de Facebook, donde la gran mayoría utiliza de cuatro días a más en la semana y por un promedio de 3 a 5 horas diarias.
- b) Honores (2016) en la tesis “Libertad de expresión en internet: Informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales” por la Universidad Jaime Bausate y Meza, concluyo que: Debido a la posibilidad de actuar anónimamente en la red, los usuarios tienen la opción de hacerlo, pero para ello se necesita tener cierto conocimiento de redes sociales para no ser detectado. Una vez anónimo, se puede fabricar cualquier tipo de información falsa o broma y ser difundida sin temor a que los usuarios sepan quién envió esta noticia, siempre y cuando el usuario anónimo no revele sus datos personales y/o seudónimo o cuentas de Internet.

2.1.3. Nivel Regional

- a) Lipa (2014) en la tesis “El uso del muro de la red social Facebook de los periodistas de Juliaca 2014” por la Universidad Nacional del Altiplano, se concluyó que: El muro personal de los periodistas es usado netamente para publicar actividades personales, entre mensajes, fotos, comentarios y memes, por

otro lado, la información y el trabajo profesional es dejado de lado cuando se conectan a la red social Facebook.

- b) Huanca (2015) en la tesis “Uso de las fuentes de información de los reporteros de la ciudad de Juliaca 2015” por la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, concluyó que: Los reporteros de la ciudad de Juliaca, hacen uso de las fuentes personales documentales y anónimas de acuerdo en el lugar que se encuentren y el rápido acceso de una información, es decir los reporteros de calle no realizan notas de investigación periodística, debido a que no disponen de tiempo para esta acción.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Facebook

Facebook es una red social fundada por Mak Zuckerberg, ex alumno de Harvard el 4 de febrero del 2004. Inicialmente el acceso estaba restringido a estudiantes de dicha institución, pero poco a poco fue expandiéndose a otras universidades de estados unidos como MIT, Boston University, entre otras. (Holzner, 2009) (Traducción Propia)

Consecuentemente todos aquellos estudiantes que tuvieron una dirección de correo universitaria podían acceder a este sitio sin importar el país en el que se encontraban. Ya para septiembre del 2006 todas las personas mayores de 13 años podían ingresar a la página. (Holzner, 2009)

Facebook tiene muchas herramientas que lo hacen único ante sus principales competidores. Estas herramientas le hacen ver al usuario de Facebook lo importante que es para los creadores del sitio el acercarlos y ayudarlos a mantenerse en contacto con sus

seres queridos. Facebook ha demostrado que se centra principalmente en los amigos y esta preocupación por acercar a la gente lo más posible queda evidenciada en cada una de las herramientas que ofrecen. (Holzner, 2009) (Traducción propia)

(Holzner, 2009) Explica también que los usuarios de Facebook no solo pueden agregar otros usuarios como sus amigos, dándoles acceso a la información del otro, sino que se esmera en darles la posibilidad de permanecer en contacto a pesar de las distancias. (Traducción propia).

Los usuarios tienen la posibilidad de acceder a los perfiles de sus amigos, dejarles notas en su muro, mandar mensajes privados directo a la bandeja de entrada, invitarlos a eventos, entre otros. Los usuarios también pueden decidir a qué red desean pertenecer, desde redes creadas específicamente para colegios, universidades o grandes empresas. hasta aquellas que responden a criterios geográficos. (Holzner, 2009) (Traducción propia).

(Boyd, 2008,) hace énfasis en el hecho de que Facebook es una red social que los usuarios utilizan para reforzar conexiones ya existentes y que los usuarios prefieren buscar gente con la que tienen algo en común fuera de la red que buscan conocer gente con la que no tienen nada en común o consideran completos extraños (traducción propia).

De acuerdo con la página oficial de Facebook, hoy en día cuenta con más de 200 millones de usuarios activos globalmente. Actualmente Facebook ya no está solamente en inglés, debido a su rápido crecimiento y globalización Facebook ahora se encuentra disponible en más de 45 idiomas y dialectos entre esos español, italiano, hebreo japonés, francés,

catalán, y árabe entre muchos otros. (Facebook, servicio de ayuda. recuperado abril 1, 2009 de, 2009)

Si una persona quiere abrir una página personal en Facebook, según el portal oficial de Facebook, debe realizar una serie de pasos. En primer lugar debe registrarse con su nombre y apellido y dar una dirección de correo electrónico de contacto, con la cual podrá ingresar a su cuenta, una vez que esta se halle habilitada (Facebook, Facebook, 2017)

Una vez aceptada la solicitud, puede comenzar a publicar información en su perfil que será a partir de entonces su espacio personal dentro de la red social. Puede subir en su muro (del inglés “wall”: el espacio en el perfil de cada miembro) textos, videos, fotografías, y cualquier otro tipo de archivo digital a fin de que las personas que él desea puedan verlos, compartir, comentar, o expresar que les gusta. En este tipo de páginas el contenido puede publicarse o compartirse de forma pública (con todos los usuarios de la red social) o privada (únicamente con aquellos que forman parte de la red de contactos o amigos de dicho usuario). (Porto, 2013)

Finalmente, están las cuentas para empresas o fan page, este tipo de cuenta es el que se debe utilizar para uso profesional, como por ejemplo personajes, empresas, expertos, empresas y demás individuos u organizaciones que requieren manejar su identidad de forma pública. Permite tener “fans” que sigan las publicaciones, así como realizar diferentes acciones enfocadas a promoción de la “empresa” en este medio. También dispondremos de detalles estadísticos sobre diferentes aspectos (Instalaciones de la aplicación, tráfico, generación de clientes potenciales, interacciones, reproducciones de video y otros.) (Pacterson, 2014)

2.2.1.1. Fan page:

Es un sitio creado dentro del Facebook ya sea empresas o personas emprendedoras con el objetivo de que tengan un espacio de promover sus productos o servicios de manera más óptima. Dicha página tiene ciertas opciones que no posee una página de perfil de Facebook, lo cual hace más fácil poder difundir una publicación y compartirla en otras fan page en Facebook. Según la autora Carolina Velasco, en su página web areadepimes.pe explica: (Velasco, 2015)

a. Más visibles.- La fan page es visible para todos, no está condicionada a la incorporación del usuario en la relación de amigos. El acceso a ella puede realizarse a través de su optimización y la página estará visible para todo el que acceda a ella a través de un simple me gusta.

b. Métricas. Desde el mismo panel de administración se te muestra la trayectoria de tu comunidad. Y eso que dicen que las métricas en la social media no existen. Facebook nos muestra la acción social, el impacto, el número de seguidores, en definitiva el acceso en tiempo real a la información necesaria para adecuar nuestras estrategias.

c. Interacción. Cuando creas un perfil de empresa, puede enviar el mismo mensaje a todos tus seguidores, lo que permite optimizar los tiempos dedicados a nuestras acciones de marketing, en conclusión, cuando se tiene un fan page se tienen diferentes herramientas para poder controlar el tráfico de una publicación realizada.

2.2.1.2. Interacciones y comentarios

En un principio cuando se colocabas una publicación (fotos, videos, transmisión en vivo, entre otras) ya sea como personal natural o fan page, existía solo el botón de “me gusta”,

a finales del 2015 esta sección se amplió y debajo de cada publicación aparecerá un resumen visual que indicará los “me gusta”, “me encanta”, “me divierte”, “me alegra”, “me asombra”, “me entristece” y “me enfada”, que haya seleccionado. A esto se llama reacción. (Parra, 2018)

2.2.1.3. Facebook, reacciones de la red social a publicaciones y transmisiones

Me encanta, me asombra, me divierte, me gusta, me entristece, me enoja: Son las reacciones que Facebook añadió a su carrito de creaciones hace algún tiempo. Y estas, son las formas de comunicarse e interactuar con tus amigos en la red social. Con las reacciones, puedes demostrar de 6 formas diferentes lo que te hace sentir una publicación de algún contacto o de algún fan page. (Parra, 2018)

Facebook notó que al día se daba más de seis mil millones de “me gusta”, por esto el equipo creativo decidió implementar estas opciones, entre tantas de las razones, está la de reemplazar ciertos comentarios, que pueden expresarse con las reacciones. (Parra, 2018)

338

El objetivo final de esto, es que podamos ver la interacción de cada una de las reacciones, esto quiere decir que una publicación no solo enseña likes (me gusta), comentarios o números de veces que haya sido compartida una publicación, sino que también lo hace con los me encanta, me enoja, me entristece, me asombra y me divierte; con las reacciones, las personas y fan page no solo tienen el dato exacto de likes, ahora se puede tener un informe completo y detallado de todas las reacciones (Parra, 2018)

Según la página de Perú.com, a continuación, se explica la función y la imagen de cada una de estas “reacciones” (Perú.com, 2016)

- Me gusta. - El clásico botón de Facebook. Si no quieres expresar ninguna carita en especial, y, por ende, ninguna emoción, puedes optar por el simple “me gusta” en las publicaciones o transmisiones que se observan en las páginas de esta red social.
- Me encanta.- Si una publicación o transmisión te gustó demasiado, puedes hacer que esta termine por amarla e incluso guardarla en tus favoritos. Es la primera de todas las emociones que se expresa en la nueva función de Facebook. Tiene una forma de corazón y significa “me encanta”.
- Me divierte.- Con un simple “haha”, la red social ha decidido poner a prueba su icono de la risa, con ello ya no tendrás que escribir una carcajada en la red social, sino un simple emoji hará que reemplace el texto por figura. Este símbolo significa “me divierte”.
- Me asombra.- ¿Viste algo insólito y original? Con este emoji puedes describir la función de impacto frente a la publicación. Un símbolo de la carita con la boca abierta puede expresar que una publicación te llamó demasiado la atención y por ello “me asombra”.
- Me entristece.- Un emoticón de cara con una lágrima sirve para expresar si una publicación te trajo a la memoria un recuerdo, o viste algo que realmente te conmovió o lloraste con ella. Es por ello que “me entristece” es el icono ideal relacionado a las publicaciones que causan pena.

- Me enoja.- ¿No te gusto la publicación? Pues con ello, en lugar de denunciar las noticias o post, puedes expresar que no te gustó para nada lo que viste en Facebook. Significa “me enoja”

2.2.1.4. Comentarios

Puedes fijar un comentario a la parte inferior de un video durante una transmisión de Facebook, los comentarios fijados pueden ayudarte a organizar la conversación mostrando a tu público sobre qué quieres hablar; también puede aumentar la calidad de comentarios, ya que ofrece a las personas una consiga a la cual reaccionar. (facebook, 2018)

Para interactuar con tus espectadores: fija un comentario al que vayas a responder directamente, para que los nuevos espectadores vean la pregunta original, al mismo tiempo también puedes estimular la conversación entre otros aspectos dependiendo de la transmisión que hagas o comentes en la misma, puedes preguntar a tus seguidores sobre lo que opinan durante la transmisión y ello generará mayor reacción por parte de tus seguidores en Facebook. (facebook, 2018)

Por otro lado existe el casillero de comentarios, debajo de cada publicación o transmisión de video, permite al usuario expresar de manera libre la opinión textual que tienen sobre la publicación; para hacer un comentario, haz clic en el enlace comentar situado debajo de la publicación o en el recuadro blanco que dice: “escribe un comentario”, a partir de publicar tu comentario será visto por otras personas. (facebook, 2018)

2.2.1.5. Compartir la transmisión en vivo

Según la página de cuéntame la red, “el botón compartir” permite añadir mensajes personalizados a los enlaces antes de compartirlos en la biografía, en grupos o con amigos

a través de Facebook, entendiendo que tal botón coloca la publicación de interés, insertado en tu muro o biografía, en un mensaje privado o para público en general, o también agregarlo a algún grupo que integras, en ese entender el compartir un video en vivo o que se transmite en tiempo real genera mayor capacidad de difusión y mayor facilidad para que otras personas puedan ver el video de Facebook, de la misma forma de ser de interés propio esto puede generar más veces compartidas y esto genera mayor posibilidad de que más usuarios de Facebook vean la transmisión. (Juanas, 2011).

2.2.1.6. Reproducciones de la transmisión en vivo

Facebook sigue mejorando los videos que se publican a través de su red social, esta vez con la introducción de un contador de reproducciones, una de las mejoras que llegaron a su versión de móviles; la red social Facebook no para de crecer y evolucionar y es que parece ser la clave para seguir activo y en la cresta de la ola en el mundo de la tecnología. Ahora y empezando en la plataforma móvil, Facebook ha mejorado los videos que se publican en esta red social con la inclusión de un contador de reproducciones. (David, 2014)

Una característica de lo más útil para conocer la importancia que contiene puede tener a través del muro del usuario. Todo empujón para aquellos que deciden escoger esta plataforma a la hora de distribuir sus contenidos audiovisuales. (David, 2014)

Con la reproducción de videos que se transmiten en vivo o videos que se publican para que los usuarios de Facebook puedan verlos, el usuario puede con la contabilidad de reproducciones ver que tan importante fue y serán los videos que se publicaron, ello facilita a poder generar más videos de similar índole, es decir uno puede conocer que videos serán más vistos y menos vistos por sus amigos o seguidores de su cuenta de Facebook o fan page; de esa forma uno puede tener mayor cantidad de seguidores

dependiendo de qué videos o publicaciones haga, ya que al tener un dato que cuenta la cantidad de reproducciones uno podrá conocer que publicar o que videos subir a la red social de Facebook. (Holzner, 2009)

2.2.2. Medios de comunicación y cibermedio

Medio es todo aquello que nos sirve para un fin determinado, que supone la comunicación y transmisión de información. En todo proceso de comunicación son esenciales una serie de elementos ya conocidos: emisor, receptor, mensaje, canal y código común que compartan emisor y receptor. Evidentemente, se puede pluralizar cada uno de estos elementos y hablar de múltiples emisores, receptores, canales o mensajes. Salvando las diferencias, según se trate de una comunicación interpersonal o masiva, privada o pública, oral, escrita o mediada tecnológicamente, se puede sintetizar que el proceso se inicia cuando el emisor lanza un mensaje en un medio, con un soporte concreto, a través de un canal, y ese mensaje es recibido y comprendido por el receptor, gracias a ese código común que ambos comparten. (Diaz Noci, J. y Salaverría, R, 2003)

2.2.3. Nuevos medios de información

Los nuevos medios de comunicación, son los que proporcionan acceso a la información a través de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Los nuevos medios permiten llegar a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar, siempre que tengamos acceso a internet, a través de cualquier dispositivo digital. Se apoyan en tecnologías digitales y permiten la interactividad; se caracterizan por la democratización en la creación, publicación, distribución y consumo de contenidos multimedia. Cualquier usuario puede generar información, así como comentarla y compartirla. Nuevos medios es el término que se emplea para describir la gran explosión de sistemas de

entretenimiento e información que se han desarrollado en los últimos años, todos ellos posibles gracias a los desarrollos de la computación. (Austin, T. & Doust, R., 2008)

Es en este contexto donde la tecnología y medios de comunicación de masas se encuentran, se establece un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de la industria, perfiles profesionales y modelos económicos, al respecto Gemma Larrégola considera que los mass media dejan de tener el papel central o exclusivo desempeñado hasta el momento. A partir de ahora, pasan a formar parte de un conjunto mucho más amplio constituido por los canales surgidos de las nuevas tecnologías de la comunicación (Larrégola, 1998)

Esta evolución tecnológica conduce a la inexorable confluencia de los sectores estratégicos implicados en el nuevo escenario comunicativo, y sólo aquellos actores que sean capaces de interpretar con facilidad los indicadores que emergen, podrán ser protagonistas del cambio (Larrégola, 1998)

De modo que la industria tecnológica y los medios de comunicación deben replantearse su papel, teniendo siempre presente siempre la necesidad, y el carácter obligatorio, de la cooperación intersectorial para llegar al usuario final en el marco de las nuevas tecnologías de la comunicación (Larrégola, 1998)

Así, resulta comprensible la necesidad de analizar la envergadura y el alcance de los cambios sociales, fruto de la adopción de dichas tecnologías. Esta es una constante en todos los estudios realizados sobre el papel de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Pero es tan importante tratar de entregar un papel causal a la

técnica sobre los cambios que acontecen en la sociedad, ni tampoco dotar de excesivo protagonismo e importancia a la propia tecnología (Maldonado, 2008)

La tecnología debe ser considerada como un nivel intermedio entre la ciencia y la sociedad, de modo que los grandes avances tecnológicos desarrollados por la ciencia puedan convertirse en aparatos o servicios susceptibles de comercialización, cubriendo las necesidades de los individuos de una sociedad mediante su adquisición. “Da igual. La investigación sistemática y la experiencia del día a día nos muestran que la forma como se acepta, se adopta y se usa una cierta tecnología no viene estrictamente determinada por su dinámica intrínseca, sino que es fruto de un proceso de apropiación por parte de sus usuarios” (Roig, 2005)

Ello justifica nuestro planteamiento inicial acerca de la imposibilidad de una tecnología para sustituir a otra; esto sucede con las nuevas tecnologías de la información, los antiguos medios de comunicación no desaparecieron, sólo sobrevivieron aquellos capaces de transformarse o adaptarse. Como reconoce Manovich, la información de la cultura no sólo lleva a la creación o a la aparición de nuevas formas culturales, “sino que redefine las que ya existían, como la fotografía y el cine” (Manovich, 2005)

2.2.4. La era digital

Nos encontramos en una nueva era y es que estamos metidos de lleno en la era digital, a pesar de que muchos de nosotros nacimos cuando todo era analógico. Esta nueva era digital gira en torno a las nuevas tecnologías e Internet y está llevando a cabo cambios profundos y transformaciones de una sociedad que se mueve en un mundo globalizado; estos cambios profundos suponen una verdadera revolución que nos toca vivir; a pesar de

que todavía muchas personas no se hayan dado cuenta de lo que “tenemos encima”.
(Ined21, 2016)

La era digital ha venido para quedarse definitivamente entre nosotros y se manifiesta a través de una verdadera revolución tecnológica (Internet, ordenadores, dispositivos y herramientas TIC, foros, chats, blog, medios de comunicación, etc) que está trasformando de manera clara y profunda los hábitos, el lenguaje, la vida y las costumbres de muchas personas para crear una nueva cultura “cultura digital” (Ined21, 2016) 500

Además, todo este a aluvión tecnológico supone un reto para que las personas puedan asimilar los conocimientos, actitudes y habilidades; y, por tanto poder aprovechar todas las ventajas que ofrece este mundo digital y aquí el mundo educativo tiene que ser consciente de este reto. No cabe duda de las muchas ventajas que la era digital ofrece a la sociedad y a las personas que son capaces de adaptarse ante esta nueva situación (más eficiencia, ahorro de costes, más información disponible, y toda la innovación educativa asociada a la era digital –cuyo desarrollo puede ser objeto de otro post); sin embargo, este nuevo mundo digital tiene también algunos inconvenientes cuando nos olvidamos que por encima de la tecnología están las personas y por tanto deberían ser un medio y no un fin en sí mismas. (Ined21, 2016)

Las tecnologías por tanto no son ni buenas ni malas, otra cosa es su utilización y lo que es más importante requieren mucha pedagogía social del uso y la producción de nuevos medios, por tanto estas herramientas y la nueva cultura que estamos creando se tienen que utilizar para mejorar la educación y el aprendizaje y para dar valor a las personas y así las innovaciones serán efectivas si aportan valor a la sociedad para poner a las tecnologías al

servicio de las personas y potenciar y sacar todo lo bueno que tienen y por tanto enfocarnos en sus ventajas (Ined21, 2016)

La nueva era digital nos ofrece un mundo nuevo de oportunidades que podemos y debemos aprovechar, sin olvidar que todo ello habrá valido la pena si trabajamos para construir un mundo mejor, capaz de ayudar a mejorar la vida de muchas personas para que puedan llegar a ser más felices y más válidas y sin duda esa mejora del mundo pasa por una mejor educación para nuestros hijos (Ined21, 2016)

2.2.5. Medio de comunicación

A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y, en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan en los medios de comunicación como un reflejo de la sociedad del momento, como un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinados (Sandoval, 1995)

Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, y es preciso definirlos desde su condición más esencial; es decir, desde el origen de su naturaleza, pues es por intermedio de esta delimitación que es posible comprender el significado y la manera en que entendemos a los medios de comunicación. Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una

comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica. (Sandoval, 1995)

2.2.5.1. Medio de audiovisuales

Los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último des poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; en cuanto a la televisión es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Noticieros, documentales reportajes, entrevistas, programas culturales, científicos y ambientales, etc., conforman la gran variedad de formatos de índole informativo que se emiten a través de los medios audiovisuales. (Sandoval, 1995)

2.2.5.2. Medios radiofónicos

La radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir. También vale decir que, por la gran cantidad de emisoras, la radio, como medio masivo, tiene más posibilidades que la televisión, ya que su público es amplio y heterogéneo; además, a

diferencia de los medios audiovisuales, ésta puede ser transportada con facilidad, pues tan sólo necesita un radio de transistores, una grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa; así mismo, es un medio que, a pesar del tiempo, conserva una gran dosis de magia, pues puede crear imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos. (Sandoval, 1995)

2.2.5.3. Medios impresos:

Éstos son las revistas, los periódicos, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Son el medio menos utilizado por el público en nuestro país, pues aparte de que para acceder a ellos se necesita dinero, la mayoría de las veces implican saber leer, así como tener alguna habilidad de comprensión, que desafortunadamente no todos la tienen. Igualmente requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos. Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos, pues a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su modo. (Sandoval, 1995)

El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad. (Sandoval, 1995)

2.2.5.4. Medios digitales:

También llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología, habitualmente se accede a ellos a través de Internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador. Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de este medio una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida. (Sandoval, 1995)

Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar. (Sandoval, 1995)

2.2.6. Tipos de medios de comunicación según su carácter

2.2.6.1. Informativos

Su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales. (Sandoval, 1995)

2.2.6.2. Entretenimiento:

hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos animados, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes. (Sandoval, 1995)

2.2.6.3. Análisis:

Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretende comunicar. (Sandoval, 1995)

2.2.6.4. Especializados

Dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales. (Sandoval, 1995)

2.2.7. Relación entre medio de comunicación y tecnología

La evolución de la comunicación humana desde la perspectiva tecnológica, produjo que la búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación, ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo; sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad. (Urgoiti, s.f.)

Desde siempre, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros. La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. Tal vez por eso los

grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como hito la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación. (Urgoiti, s.f.)

2.2.8. La importancia de las redes sociales en la actualidad

Estamos en la era de las redes sociales, donde todo se comparte a todo el mundo, tenemos redes sociales personales, de imágenes, de videos en vivo, incluso profesionales. Los usuarios buscan compartir sus experiencias y leer o ver las de otros, ya sean amigos o personas ajenas a su círculo más próximo. Las personas tenemos la necesidad de compartir ya sean nuestros logros, por puro ego y reconocimiento o nuestras dudas, para que puedan ser resueltas por otras personas; de ahí la necesidad de crear estas plataformas de comunicación global. (Arenzana, 2017)

Necesitamos comunicarnos, las tecnologías de información y comunicación, han conseguido que la comunicación entre personas sean más fácil, compartir información está a la orden del día. Se están cambiando los métodos de comunicación entre personas, entre personas, entre profesionales y como empresas empiezan a relacionarse con las personas, por ejemplo, se ha pasado del marketing directo al marketing digital. Se ha pasado de perseguir a los clientes, a buscar atraerlos, es decir el uso del blogs, cuentas en las redes sociales invitándolos a participar en eventos, compartiendo información relevante, realización de encuestas, lista de suscriptores y demás. (Arenzana, 2017)

La importancia de las redes sociales en la actualidad es innegable, parece que cada vez hay más redes sociales en internet; sin embargo también cada vez están apareciendo redes sociales más específicas, ahora cuando alguien quiere compartir fotos, se va a Instagram, si son videos en vivo a Facebook, videos tutoriales en Youtube, y si quiere hablar con otras personas, ver imágenes entre otros se conectan a Facebook. (Arenzana, 2017)

Con la aparición de los nuevos medios de comunicación y las nuevas formas de relacionarse de las personas está dando lugar a una nueva forma de producción en el comercio. Las grandes empresas empiezan a colaborar entre ellas por un bien común, por ejemplo, Toyota. Esta multinacional enseña a sus seguidores de redes sociales imágenes de vehículos a su alcance, calidad, y majestuosidad, aunque eso signifique que también produzcan mejor para sus competidores. (Arenzana, 2017)

2.2.9. Beneficios de usar las redes sociales:

- Primeramente, aumenta la visibilidad de las publicaciones, lo cual ayuda a mejorar tu parca, empresa o perfil que cuentes en donde se difunde la publicación.
- Comunicación directa entre empresa y usuarios
- Herramienta de estudio de mercado en tiempo real
- Fomenta el networking, si compartes serás compartido (Arenzana, 2017)

2.2.10. Facebook una de las redes sociales más importante en el 2017

Que podemos decir de este gigante, el número uno de las redes sociales, la más grande y con el número de usuarios más alto de todas, tiene más de 1.300 millones de usuarios, es la red social más importante. Dentro de ella podemos destacar dos aplicaciones, Facebook audience para poder analizar la audiencia de tu perfil y Facebook, o lo que es lo mismo, la herramienta que te permite gestionar la publicidad en esta red social. (Arenzana, 2017)

Esta red social puede facilitar a los usuarios el ver videos en tiempo real, lo cual faculta estar enterado de la difusión que hagas en tu perfil o fans page que tengas, lo cual genera

opinión, comentarios entre otros de quienes vean tus publicaciones ya sea en tiempo real o ver tus imágenes, videos, publicaciones una y otra vez de ser el caso que les guste a tus usuarios. (Arenzana, 2017)

2.2.11. Transmisión en vivo por Facebook

Con la emisión en directo de Facebook se podrán retransmitir los momentos como ya hacen otras redes sociales; el servicio permite retransmitir vídeo de forma pública o restringida con los contactos de Facebook. Bien en directo o bien en diferido, ya que una vez finalizada la emisión, el vídeo se publicará en el perfil para que pueda volverse a visionar, a no ser que el usuario decida eliminarlo o hacer que la publicación sea oculta. (eitb.eus, 2016)

Según explica Facebook, al igual que con Periscope, se mostrarán las reacciones en directo, se verán los comentarios y se podrán añadir filtros en vivo para poder "expresar los sentimientos en tiempo real durante una emisión en directo", cuenta además, desde la red social explican que pronto añadirán la opción de dibujar o escribir sobre los vídeos durante el 'streaming' (transmisión) con el fin de hacer las retransmisiones más personalizadas y creativas. (eitb.eus, 2016)

2.2.11.1. ¿Qué es una transmisión en vivo por Facebook?

Una transmisión en vivo es un servicio que permite que un perfil, página o canal, se comunique con sus seguidores por video, en tiempo real, sin necesidad de que el espectador haga la descarga del contenido o se inscriba para eso; la diferencia entre la transmisión en vivo y los servicios de streaming como YouTube y Netflix, por ejemplo, es que, en el video es visto al mismo tiempo en que es registrado, lo que permite que el producto de contenido interactúe con la audiencia, responda comentarios, comparta, reaccione con un me gusta, etc. (Nogueira, 2018)

A pesar de ser un contenido hecho para ser consumido instantáneamente, esos videos también puede ser mantenido en la línea del tiempo para que otras personas los vean después. (Nogueira, 2018)

2.2.11.2. ¿Por qué hacer una transmisión en vivo por Facebook?

El video atrae más, como un cambio en el algoritmo de Facebook los contenidos comenzaron a ser entregados a menos del 2 % de su audiencia total. Quien quería aparecer en la línea del tiempo de sus seguidores, tenía que pagar por eso. De esta forma la cantidad de “me gusta” en los post cayó drásticamente, así como la cantidad de post compartidos; al contrario de esta tendencia, el único formato que tuvo un aumento en la cantidad de post compartidos fue el video. (Nogueira, 2018)

Según información de Nogueira en Brasil las visualizaciones aumentaron a un 70% solo en el 2016, a partir de esa información podemos concluir que el video es un formato esencial para cualquier estrategia de marketing digital que valga la pena, y que aun va continuar en auge en los próximos años. (Nogueira, 2018)

2.2.11.3.El video en Facebook te acerca a tu audiencia:

En la transmisión en vivo, tienes la oportunidad de conocerte mejor, lo que hace el diálogo más dinámico y personalizado, durante la transmisión también puedes aclarar dudas en tiempo real, lo que optimiza el tiempo de tu equipo de apoyo, que muchas veces pueden estar compuesto por solo una persona. Lo que nos lleva al próximo tópico. (Nogueira, 2018)

2.2.11.4.Precauciones que se deben tomar en cuenta en una transmisión en vivo:

- **ILUMINACIÓN:** Para hacer tu transmisión en vivo, puedes optar por la luz natural o por la iluminación artificial, pero en ambos casos es necesario tomar

algunas precauciones para que las imágenes no salgan borrosas, oscuras o granuladas. En el caso de la luz natural, hay algunos horarios más favorables para la grabación, como el periodo entre las 8 y las 10 de la mañana, cuando el sol está más débil y la luz no forma sombras duras en el rostro de quien está grabando. (Nogueira, 2018)

Otro horario igualmente interesante es de las 14 a las 17 horas; pero en ese momento puedes tener un problema, pues el sol puede ocultarse antes de acabar la transmisión, haciendo que la iluminación quede poco uniforme. (Nogueira, 2018)

Ahora, los ambientes iluminados artificialmente son más previsibles y controlables, se pueden montar esquemas de iluminación artificial usando equipos que tengan en casa y cambiarlos de lugar, en caso de que quieras producir efectos diferentes en tu audiencia. (Nogueira, 2018)

- **AUDIO:** A mucha gente no le importa ver videos de mala calidad, pero no se puede decir lo mismo del audio, pues este factor compromete la comprensión del asunto. En videos editados, se puede activar la opción de subtítulos y transcribir el guion; pero en el caso de la transmisión en vivo, si el espectador no entiende lo que tú estás diciendo, la única solución para él es abandonar la transmisión. (Nogueira, 2018)

Y no resuelves nada cambiando de lugar, aunque estés grabando en un ambiente silencioso, la cámara capta todos los ruidos externos, y por ser una grabación en

vivo, solo verás el resultado de esta interferencia después que la transmisión haya comenzado. (Nogueira, 2018)

La solución para este problema es simple: necesitarás solo un micrófono de solapa y un cable usb conectado al ordenador o celular, con esto tu transmisión ganará mucha más calidad. (Nogueira, 2018)

- **INTERNET ESTABLE:** Parece básico, no obstante mucha gente se olvida de este detalle primordial, con una conexión de internet mala tu transmisión se interrumpe todo el tiempo, el audio puede salir cortado, y uno no se puede dar cuenta de ello, ya que se centra en la grabación más no en otros detalles. (Nogueira, 2018)

Claro que se puede hacer una transmisión en vivo usando un paquete de internet 4G. Pero, recomendable es solo usar una transmisión si se tiene acceso a una red estable, segura y de preferencia con buena velocidad, al fin de cuentas, debes poner el primer lugar la experiencia del espectador. (Nogueira, 2018)

2.2.11.5. Como hacer una transmisión en vivo en Facebook

Hay dos maneras de hacer una transmisión en vivo por Facebook, una de ellas es por la propia página del usuario o fan page de Facebook que cuente, o usando un software de codificación; la ventaja de utilizar un software es que puedes introducir recursos gráficos en el video, mostrar la pantalla de tu equipo o compartir imágenes que hacen tu transmisión en vivo más interesante para quien la pueda mirar. (Nogueira, 2018)

En general, cuando el asunto abordado es más simple una transmisión en vivo hecha por la página resuelve el problema, peor si tu intención es hacer un lanzamiento de producto,

es recomendable utilizar recursos más avanzados para enriquecer tu explicación y neutralizar posibles objeciones. A continuación, observaremos paso a paso los dos tipos de transmisión en vivo, a lo cual uno decidirá cuál es su mejor opción de ser utilizada para sus videos. (Nogueira, 2018)

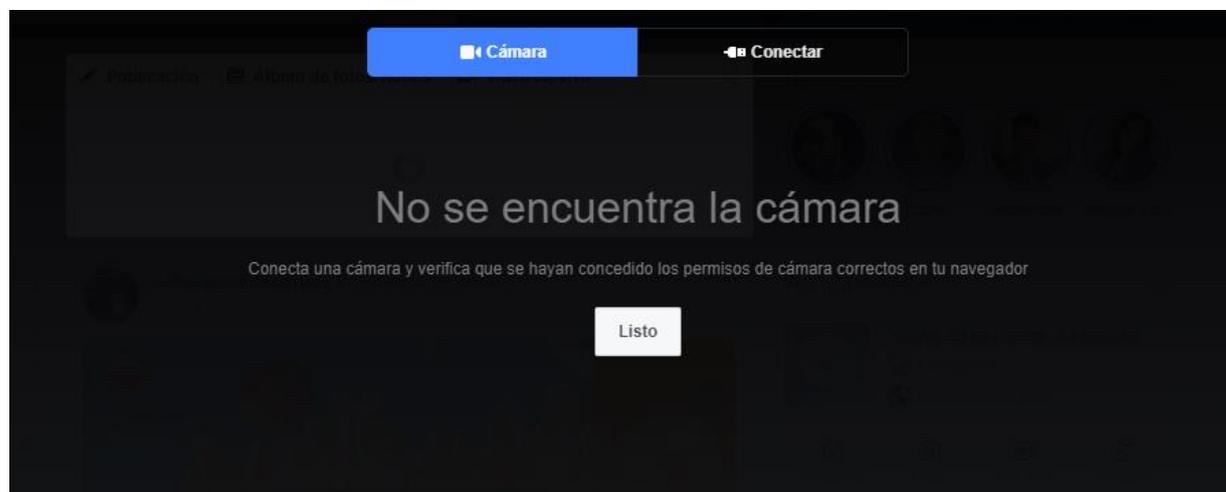
2.2.11.5.1. Transmisión por página

En tu página de Facebook haz clic en la opción **video en vivo**



Posteriormente, en la pantalla siguiente, selecciona la cámara que utilizarás para tu transmisión, frontal o trasera, si estás grabando con el celular.

Si tu cámara está bloqueada, aparecerá el siguiente mensaje. Asegúrate de activar la cámara en tu portada.



Seguidamente la imagen que será transmitida aparecerá en el fondo de la pantalla, en esta pestaña puedes colocar un título para tu transmisión y hacer una breve descripción del asunto que será abordado. (Nogueira, 2018)

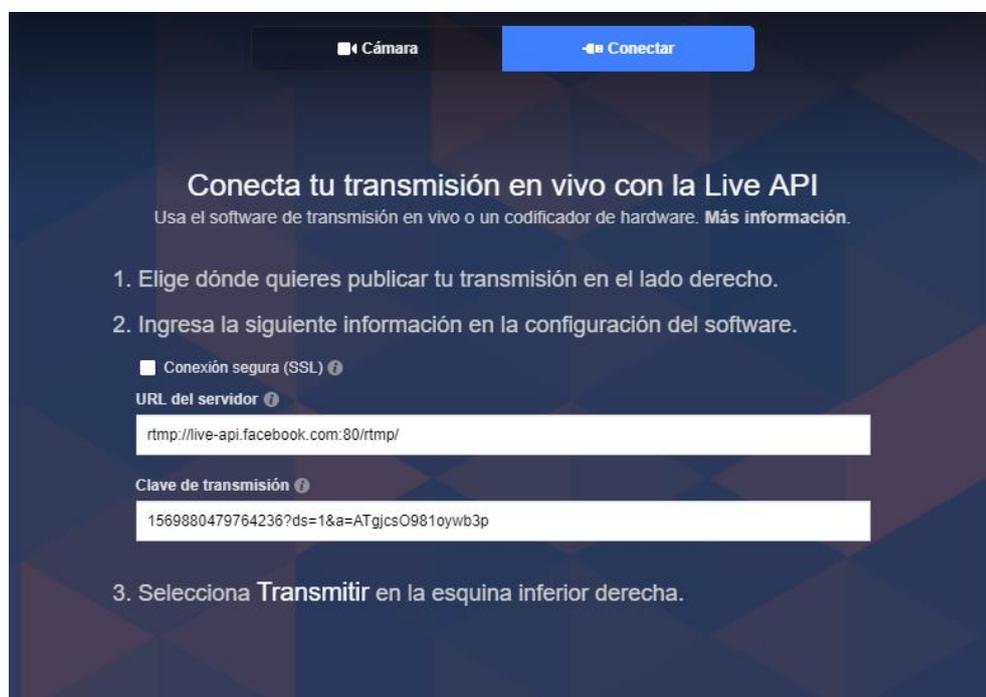
Después solo tienes que hacer clic en transmitir en vivo; cuando quieras cerrar la interacción, basta hacer clic en **cerrar transmisión**, al hacerlo, recibirás un resumen de todos los comentarios y de los usuarios que participaron en tu video en vivo. (Nogueira, 2018)

Después de cerrar la transmisión, el video queda en la línea de tiempo de la fan page o perfil del usuario que transmitió en vivo, al cual puedes borrarlo o dejarlo oculto o hacerlo público para todos los usuarios de Facebook. (Nogueira, 2018)

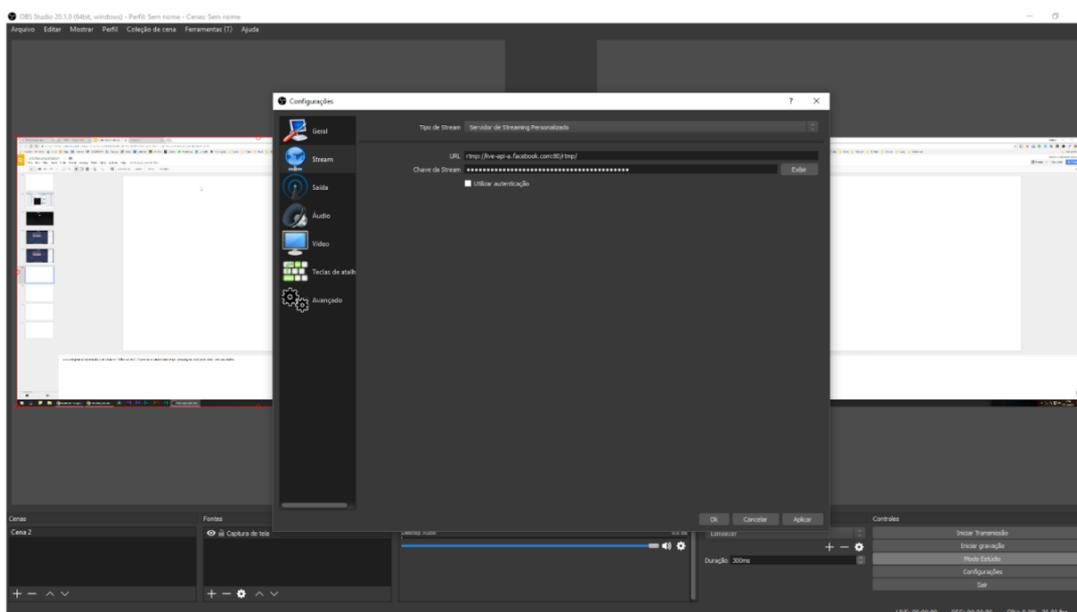
2.2.11.5.2. Transmisión con un software de codificación:

El primer paso para transmitir con un software es igual al del tutorial anterior, pero aquí, en vez de escoger la cámara donde deseas grabar, seleccionas la opción **herramientas de publicación**, copia y pega los links abajo en el software de codificación que se utilizará;

en este punto se recomienda utilizar el sistema a OBS studio, pues se trata de una herramienta muy completa y que además es gratuita. (Nogueira, 2018)



Mientras tanto, en el OBS Studio, en la pestaña **configuración**, seleccionas la opción **Stream** y pega la **URL del servidor** y la **clave de transmisión**, originadas por Facebook en el paso anterior. (Nogueira, 2018)



Vale recordar que la clave de transmisión es válida por siete días y después de la vista previa del video, tienes hasta cinco horas para comenzar tu transmisión, si no lo haces en ese tiempo necesitarás crear otra clave; también recomendamos que no compartas estos links con nadie, pues permiten que otras personas hagan transmisiones en vivo en tu página. (Nogueira, 2018) 822

Seguidamente define el título de tu transmisión en vivo, agrega una breve descripción y haz clic en **transmitir en vivo**. Con el software, lograrás incluir imágenes o compartir la pantalla de tu computadora durante la transmisión. Para cerrar, basta hacer clic en **cerrar transmisión**. (Nogueira, 2018)

2.2.12. Que actividades transmitir en vivo por Facebook

Hace ya un tiempo que Facebook nos da la posibilidad de hacer transmisiones de videos en vivo, por la gran cantidad de personas que utilizan esta red social, resulta relevante considerarlo entre las posibles estrategias de comunicación de organizaciones de sociedad civil, activistas y colectivas; es por ello que, a continuación, veremos una breve lista con algunos usos que hemos visto de las transmisiones en vivo por Facebook, por parte de la sociedad y organizaciones y medios independientes. (infoactivismo@socialtic.org, 2017)

2.2.12.1. Documentar una manifestación

Si existe una manifestación o protesta de algún grupo social, o de protesta ante rechazo algún suceso político, social, cultural, etc.; el video en vivo, atrae e involucra a una audiencia distante con la experiencia de lo que está sucediendo en las calles, y hace que sea mucho más tangible, ya que está pasando “ahora”. Nos hace a todos incluso si no estamos en el mismo espacio físico, testigos directos de los acontecimientos (violaciones de derechos), y cuando la transmisión del video en directo está ligada a tu red social puede

involucrar a las personas que te conocen o siguen tu fan page.

(infoactivismo@socialtic.org, 2017)

En este caso se tienen ventajas de una transmisión en vivo las cuales son:

- **Difusión inmediata.** - Con la que puedes dar a conocer lo que está ocurriendo, pues estarás transmitiendo en tiempo real los acontecimientos.
- **Primicia.** - Puede llegar a pasar que una transmisión en vivo sea el primer acercamiento a un acontecimiento, incluso antes de que logre cobertura por parte de medios de comunicación profesionales
- **Monitoreo.** - Se puede dar a conocer el avance y eventuales dificultades de una movilización, para dar seguimiento a la seguridad de los contingentes.
- **Evidencia.** - Puede que lo que se documenta en video adquiera relevancia, ya sea para comunicar información o como material de prueba.

Entre las consideraciones están:

- **Dificultades técnicas.** - A menos que tengas nociones de fotografía y equipo probablemente enfrentarás dificultades a la hora de encuadrar, enfocar, estabilizar e iluminar correctamente; igualmente, los fallos o deficiencias en la red de datos.
- **Riesgo.** - Estar pendiente de lo que estás transmitiendo puede hacer que pierdas de vista algo de lo que ocurre a tu alrededor.
- **Dificultad para preservar la privacidad y el anonimato de las personas.**- transmisión de video en vivo, puede comprometer la privacidad y anonimato de las personas participantes. Existen varios asuntos éticos ligados a este tipo de video, los cuales pueden dividirse por las responsabilidades hacia las partes involucradas: los individuos que aparecen en el video, los creadores del video y la audiencia.

2.2.12.2. Interactuar con la audiencia

Aunque, en general es recomendable mantener un buen seguimiento del sentir de tus seguidores o usuarios de Facebook que están al pendiente de tus transmisiones en vivo, existen causas, proyectos y momentos en los que la retroalimentación de dicha comunidad es más relevante que en otros. La transmisión en vivo orientada a la interacción puede ayudarte a ello, por ejemplo: cuando se transmite sobre la incautación de drogas donde se detiene personas de ambos o de un solo sexo genera opiniones y reacciones de tus seguidores en Facebook. (infoactivismo@socialtic.org, 2017)

De la misma forma también se puede interactuar con los usuarios de Facebook con una información en donde se haga alguna pregunta, o genere comentarios de los mismos dependiendo del tipo de información a difundir en tu transmisión en vivo. (infoactivismo@socialtic.org, 2017) 878

En este punto se tiene ventajas como:

- Puedes conocer de primera mano las inquietudes de tus audiencias, contestar preguntas directas y reforzar la cohesión de tu comunidad en línea.
- Puedes recibir opiniones sobre un tema, a manera de termómetro de medición, sobre el sentir de tu comunidad respecto a algo. Hacerlo puede ayudarte a incorporar a tus objetivos y planeación, algunos elementos nuevos que no habías considerado.

Consideraciones:

- Debes hacer un importante esfuerzo previo en la difusión de transmisión en vivo, ya que este formato requiere que la gente se involucre en el momento de la misma.
- Dependiendo de cuál sea el tema, puedes considerar si ésta es una buena idea o una acción que pueda llegar a tener un nivel alto de participación o no, sobre todo

pensando si el pedirle a tu comunidad que participe de una forma visible (compartiendo con reacciones sobre la transmisión en vivo o información a difundir) podría exponerlas ante sus contactos o fan page.

2.2.12.3. Noticieros

En este tema es muy importante tener información de impacto social, de interés de los usuarios de Facebook, noticia que sea del agrado del público y que genere opinión y reacciones de distintos tipos de los que siguen la cuenta de Facebook en donde se transmite en vivo la información. (infoactivismo@socialtic.org, 2017)

Ventajas:

- Dar a conocer a la sociedad una postura sobre algún tema de coyuntura, de forma independiente, sin que necesariamente se involucren medios tradicionales.
- Le da un punto de partida a una campaña, a partir del cual se pueden concentrar los esfuerzos de difusión.
- Interacción de forma inmediata con los usuarios, en donde se puede conocer sus reacciones de diversas formas en la transmisión en vivo o viendo el video posterior a la culminación de la transmisión.
- Difundir información de forma instantánea que genere aceptación e importancia en los usuarios de Facebook

Recomendaciones para una transmisión en vivo por Facebook de un noticiero:

- Contar con una conexión a internet que sea estable
- Elaborar un guion de ser el caso que haya entrevista

- Revisa la estabilidad de la cámara, duración de la batería, encuadre de cámara y acomodar el espacio donde será la transmisión
- Cuidar siempre el audio durante las transmisiones
- Pedir a alguien del equipo que esté monitoreando la transmisión para ver la calidad de audio, de video y para ir informando sobre la difusión de información u entrevista de ser el caso
- Si es una entrevista puedes considerar incluso compartir con anticipación las preguntas con la persona a quien vas a entrevistar para que tenga oportunidad de prepararse
- Algunos medios incluyen subtítulos al video de ser el caso, después de la transmisión en vivo, esto ayuda a que las personas vean el contenido de la información.

2.2.13. Periodismo de medios sociales

Periodismo de medios sociales pueden definirse como los nuevos modos y fórmulas de ejercer el periodismo mediante el uso de los nuevos medios y si divulgación en redes sociales como se produce en Facebook y en Twitter, donde intervienen la actuación de los periodistas, de los medios de comunicación y la participación de la audiencia, dentro de entornos digitales interconectados en los que la información circula a una gran velocidad (Martinez, 2013)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Comentarios de videos en vivo por Facebook

Puedes fijar un comentario a la parte inferior de un video durante una transmisión de Facebook, los comentarios fijados pueden ayudarte a organizar la conversación mostrando a tu público sobre qué quieres hablar. (facebook, 2018)

2.3.2. Compartir la transmisión en vivo

Se define el agregar el video de Facebook en tu cuenta personal o grupos que pertenezcas para que otros usuarios puedan verlo sin necesidad de ser seguidores de la fan page original que emitió el video. (Arenzana, 2017)

2.3.3. Era digital

La era digital ha venido para quedarse definitivamente entre nosotros y se manifiesta a través de una verdadera revolución tecnológica (Internet, ordenadores, dispositivos y herramientas TIC, foros, chats, blog, medios de comunicación, etc.) (Ined21, 2016)

2.3.4. Facebook

En esencia esta plataforma funciona de una forma muy sencilla, ya que es una red que conecta a personas con otras personas. Al momento en el que abres una cuenta en Facebook, estás entrando en una red social que conecta a amigos, familiares y socios de negocios. (Facebook, Facebook, 2017)

2.3.5. Fan page

Son una red social creada por Facebook para todas las empresas o personas emprendedoras que desean crear y diseñar marketing a través de ellas, estas a su vez permiten una interacción entre la empresa y sus seguidores, llegando a crear conversaciones con su público objetivo. (Arenzana, 2017)

2.3.6. Interactuar con la audiencia

Puedes conocer de primera mano las inquietudes de tus audiencias, contestar preguntas directas y reforzar la cohesión de tu comunidad en línea, puedes recibir opiniones sobre un tema, a manera de termómetro de medición, sobre el sentir de tu comunidad respecto a algo. (infoactivismo@socialtic.org, 2017)

2.3.7. Medios audiovisuales

Los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine. (Sandoval, 1995)

2.3.8. Medio de comunicación

Son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan en los medios de comunicación como un reflejo de la sociedad del momento, como un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto. (Sandoval, 1995)

2.3.9. Medios digitales

También llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología, habitualmente se accede a ellos a través de Internet. (Sandoval, 1995)

2.3.10. Noticiero por redes sociales

Se conoce con el nombre de noticiero a todo aquel programa televisivo que se encarga de transmitir a los televidentes las noticias actualizadas del día y de las últimas horas, así mismo como consecuencia del tremendo salto que las nuevas tecnologías han provocado

en muchos contextos, especialmente en los medios de comunicación es que los noticieros, espacios de información clásica, también han recibido notablemente la influencia de internet y de las redes sociales en sus contenidos exigiendo una mejor preparación y producción de las mismas. (Bembibre, 2010)

2.3.11. Redes sociales

Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, también es el medio de interacción de distintas personas, como por ejemplo, juegos en línea, chats, foros, así mismo las redes sociales facilitan en gran medida esta interacción, pueden clasificarse en redes sociales personales, que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común. (Dans, 2015)

2.3.12. Reproducción de video en redes sociales

Con la reproducción de videos, el usuario puede ver que tan importante fue y serán los videos que se publicaron, ello facilita a poder generar más videos de similar índole. (Holzner, 2009)

2.3.13. Reaccionar a una transmisión en vivo

Son las interacciones (me encanta, me asombra, me divierte, me gusta, me entristece, me enoja) que Facebook y estas, son las formas de comunicarse e interactuar con tus amigos en la red social. (Parra, 2018)

2.3.14. Seguidores de fan page

Son usuarios o personas que le dan “me gusta” a tu página de Facebook con el fin de poder ver las publicaciones que realices ya sean videos, fotos y demás. (Velasco, 2015)

2.3.15. Usuario de Facebook

Personas que tienen una cuenta en esta red social, con la finalidad de interactuar con otras personas que estén conectadas desde un Smartphone o computadora, a su vez estos mismos usuarios usan esta red social para publicaciones propias o de negocios. (Facebook, Facebook, 2017)

2.3.16. Transmisión en vivo

Es cuando difundes un video en tiempo real orienta a la interacción entre el usuario y quien realiza la transmisión, generando opiniones al mismo tiempo, y reacciones de acuerdo a la información que este conociendo durante el tiempo de transmisión de esa forma uno puede tener mayor cantidad de seguidores. (Holzner, 2009)

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. MÉTODO

3.1.1. El método de investigación a utilizarse es de estudio cuantitativo

La metodología de investigación cuantitativa, consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo. (Tamayo, 2007)

Las características que destacan en la metodología cuantitativa, en términos generales es que esta elige una idea, que transforma en una o varias preguntas de investigación relevantes; luego de estas deriva hipótesis y variables; desarrolla un plan para probarlas; mide las variables en un determinado contexto; analiza las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y establece una serie de conclusiones respecto de la hipótesis. (Tamayo, 2007)

La metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadísticas para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Tamayo, 2007)

La metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la

medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadísticas para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Tamayo, 2007)

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. La investigación es diseño no experimental

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes; lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos; en ese entender “la investigación no experimental o *expost - facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”, de hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad. (Hernandez, R. Fernández, C. y Baptista, L., 2001)

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. El modelo es de relación de investigación descriptiva

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando, esta metodología se centra más en el “que”, en lugar del “porque” del sujeto de investigación. En otras palabras, su objeto es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno, es decir, describe el tema de investigación, sin cubrir “porque” ocurre. (Rodriguez, 2010)

La observación o método de observación, es el más eficaz para llevar la investigación descriptiva, se utilizan tanto la observación cuantitativa como observación cualitativa. En donde la observación cuantitativa es la recopilación objetiva de datos que se centran

principalmente en números y valores. Los resultados de la observación cuantitativa se obtienen utilizando métodos de análisis estadísticos y números como la edad, forma, peso, volumen, escala, ficha de observación, etc. (Rodríguez, 2010)

3.4. UNIDAD DE ANÁLISIS Y UNIDAD DE OBSERVACIÓN

3.4.1. Unidad de observación

En la investigación realizada se consideró como unidad de observación a la población de estudio obtenida mediante la fórmula de muestreo implementada por (Antony ramos, 2009)

3.4.2. Unidad de análisis

Se consideró como unidad de análisis a las transmisiones en vivo por Facebook del noticiero red latina.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. Población

La presente investigación tiene como población a las transmisiones en vivo por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril 2019, siendo la cantidad de 82 videos en vivo, que se emitieron en el medio de comunicación “Tv Latina”

3.5.2. Muestra

Con un universo de 82 transmisiones se recolectaron los datos los cuales hacen un total de 15 transmisiones por Facebook del noticiero Red Latina, según Antony Ramos (UNEFM) 2009; en donde la fórmula para calcular la muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

a) **La Técnica a utilizar es la observación:** Donde se seleccionará aquello que queremos analizar, planteando previamente lo que se desea observar, esta técnica de investigación, consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc. Con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. (Puente, 2000)

b) **El instrumento a usar es la ficha de observación:** Es un instrumento de investigación y evaluación de recolección de datos, referido a un objeto determinado, en el que se determinan variables específicas, se usan para registrar datos a fin de brindar recomendaciones. (Soto, 2014)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se detallan la investigación realizada con los datos obtenidos de las técnicas e instrumentos sobre la importancia y aceptación de la transmisión en vivo por Facebook del noticiero red latina de enero a abril del 2019.

Los resultados de los instrumentos aplicados para la investigación, se presentan en las siguientes tablas y figuras:

4.1. TABLA COMPARATIVA DE INDICADORES

Tabla comparativa de lunes a viernes de que indicador es más utilizado en Facebook de Red Latina.

Tabla N° 1: Indicadores de la transmisión por Facebook de enero a abril 2019 del noticiero Red Latina.

Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Reproducciones	560	541	730	767	321
Veces que se compartió	11	10	11	11	1
Reacciones	11	15	20	23	13
Comentarios	0	1	4	3	1

Fuente: Cuadro realizado por medio de los datos estadísticos de los indicadores a medir (reproducciones, compartidas, reacciones y comentarios) durante la transmisión del noticiero Red Latina.

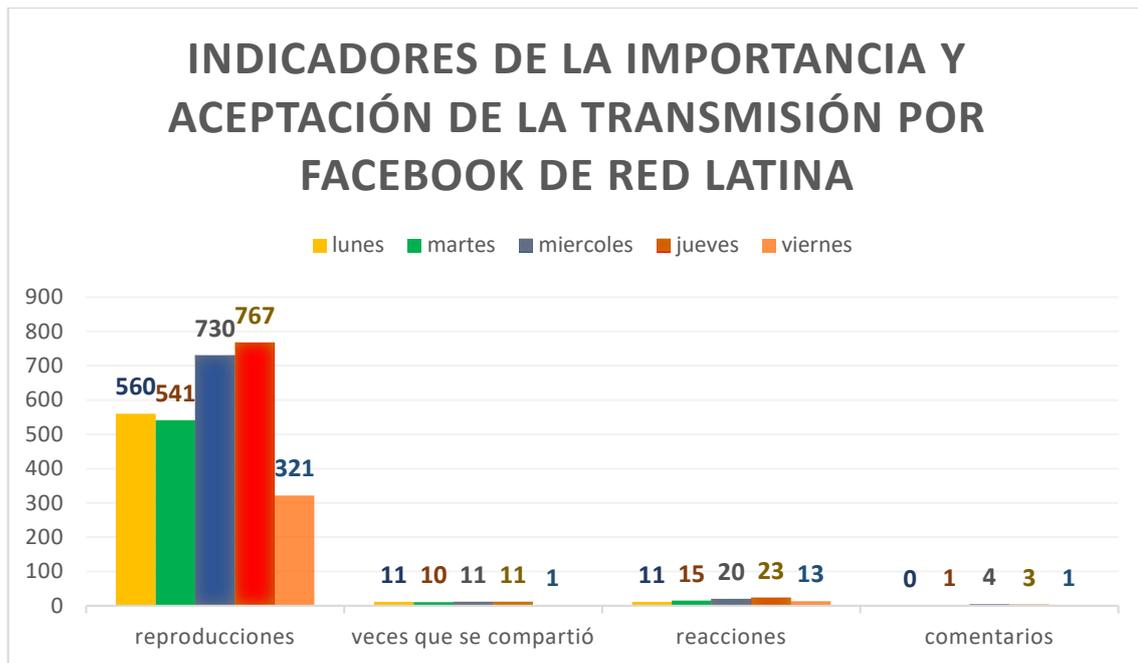


Figura N° 1 Indicadores de la transmisión por Facebook de enero a abril 2019 del noticiero Red Latina.

Fuente: Cuadro realizado por medio de los datos estadísticos de los indicadores a medir (reproducciones, compartidas, reacciones y comentarios) durante la transmisión del noticiero Red Latina.

Elaborado por: El investigador.

INTERPRETACIÓN

En la tabla Nro. 1 y la figura Nro. 1: Podemos ver que se cuenta con más reproducciones de la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina; lo que significa que la población prefiere ver la transmisión antes de realizar algún comentario, generar reacciones o compartir en su red social personal, en esos entender la población que observó la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019 tiene mayor apego a ver la información difundida en vivo antes que generar otro indicador; por otro lado se detalla que los días miércoles y jueves son donde la ciudadanía ve con mayor frecuencia el noticiero a través de las redes sociales, por ende se tiene mayor cantidad de reproducciones.

Asimismo, la mayor cantidad de compartidas de la transmisión en vivo fue generado los miércoles y jueves dando cuenta que la aceptación de usuarios en Facebook son en estos días, es así que estos días son donde Red Latina tiene mayor cantidad de seguidores en la transmisión por Facebook, además se da con más frecuencia comentarios de acuerdo al tipo de información que se brinda en estos días; frente a las veces compartidas que se tienen, puede mejorar el número que actualmente llega a un máximo de 11; esto se puede incrementar compartiendo las transmisiones en vivo en grupos de Facebook que cuenten gran cantidad de seguidores, realizando ello crecerá el interés de los usuarios de Facebook en ver qué tipo de noticias se darán a conocer o directamente verán que clase información están pasando en vivo en ese momento

De igual forma compartiendo en diversos grupos de Facebook las transmisiones del noticiero Red Latina, va a generar reacciones ya sea con un “me gusta” aceptando la información, o quizá un “me divierte”, dará a conocer que la difusión de noticias es algo insólito o que causa gracia tras algún entrevistado que declaró algo fuera de lugar, o en su defecto de un “me enoja” que podría considerarse cuando se difunde un accidente, desaparición de personas, o violencia, lo cual a la vez puede generar comentarios ya sea en rechazo a la noticia que se esté dando a conocer.

De igual forma, las transmisiones en vivo, han generado que mayor cantidad de usuarios puedan reaccionar positivamente viendo o reproduciendo los videos, esto a su vez generó que, incremente la cantidad de seguidores a la página de red latina esto genera la importancia que tiene el transmitir por redes sociales un noticiero, y al aumentar el número de seguidores actualmente a más de 6 mil, hace que se tenga una aceptación dable para un informativo que por primera vez genere difusión por redes sociales en vivo.

4.2. TABLA DE ORDEN DE ALCANCE

Tabla comparativa de enero hasta abril para observar el alcance de lunes a viernes plasmando la mayor frecuencia del Facebook de Red Latina.

Tabla N° 2: Alcance a la población de enero a abril 2019.

Alcance en:	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Reproducciones	560	541	730	767	321
Veces que se compartió	11	10	11	11	1
Reacciones	11	15	20	23	13
Comentarios	0	1	4	3	1
Alcance por día	582	567	765	804	336
Total de alcance	3054				

Fuente: Cuadro realizado por medio de los datos estadísticos de los indicadores a medir (reproducciones, compartidas, reacciones y comentarios) durante la transmisión del noticiero Red Latina.

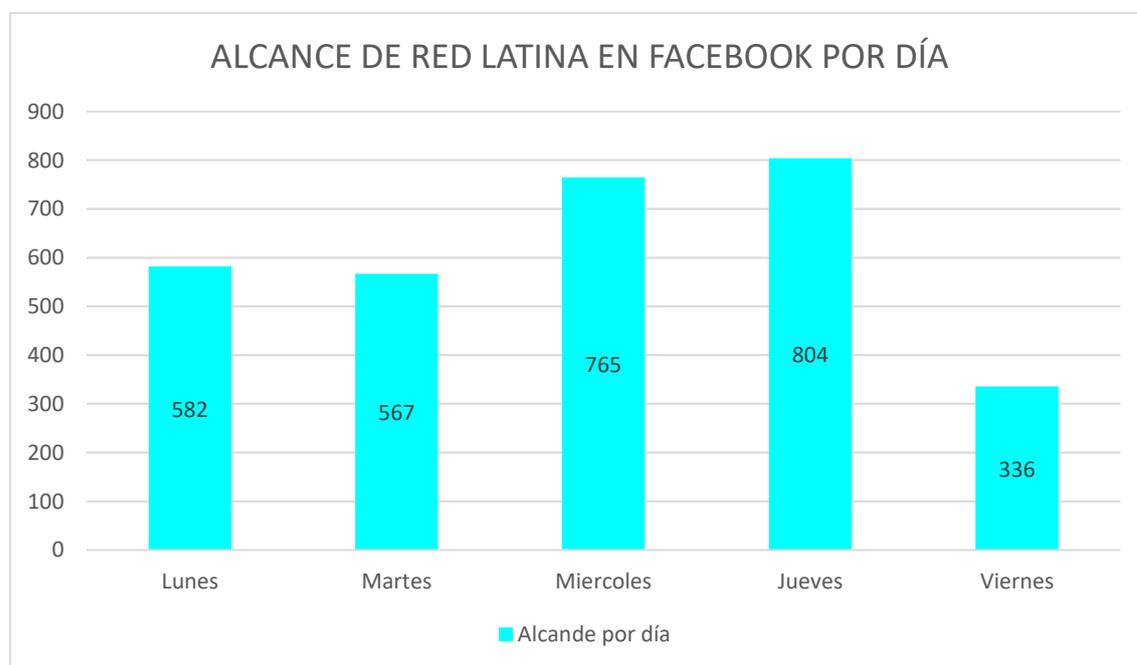


Figura N° 2 Alcance a la población de enero a abril 2019.

Fuente: Cuadro realizado por medio de los datos estadísticos del alcance (cantidad de personas a las que se llegó) durante la transmisión del noticiero Red Latina.

Elaborado por: El investigador.

INTERPRETACIÓN

En la tabla Nro. 2 y la figura Nro. 2: Se puede plasmar la cantidad de alcance a la que llegó las transmisiones de enero a abril 2019, siendo de esta forma el día jueves en donde se registró la mayor cantidad de población alcanzada con un total de 804 tanto en reproducciones, veces compartidas, reacciones y comentarios, dando cuenta que los usuarios de Facebook prefieren ver el informativo los días jueves, por el tipo de información que se brinda a los usuarios, estos días deben ser muy aprovechados no solo para que se difunda noticias sino para invitación a eventos, difusión de publicidad, promocionar el mismo noticiero tras una mejor conducción; no obstante los días miércoles son también fechas en donde los usuarios de Facebook observan el noticiero, y se quedan conectados por la información brindada, en aquí se puede aprovechar para que él o la conductora del informativo, genere opinión en la población que sigue la transmisión en vivo, la forma sería tras un vox pop o entrevistas que despierten la sensibilización de los ciudadanos tras algún tipo de información, ya sea un accidente, tema político o responsabilidad social.

Es decir que si desglosamos durante la semana que días son los más aceptados para ver información por la población, estaríamos afirmando que los miércoles y jueves son días en donde la población mira con mayor empeño las transmisiones de Facebook de Red Latina, de esta forma nos damos cuenta que entre estos días el noticiero da a conocer información impactante y que a la población le interesa, es por ello que aquello que se difunde en esos días son de mayor relevancia para la población que ve, comparte, reacciona y comenta del noticiero transmitido por Facebook.

4.3. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR REPRODUCCIONES

Tabla para observar que día es donde la población reproduce más la transmisión del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019.

Tabla N° 3: Reproducciones de los videos en vivo.

Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Reproducciones	560	541	730	767	321
Total de reproducciones	2919				

Fuente: Cuadro realizado por medio de los datos estadísticos de los indicadores a medir (reproducciones, compartidas, reacciones y comentarios) durante la transmisión del noticiero Red Latina.



Figura N° 3 Reproducciones de los videos en vivo.

Fuente: Cuadro realizado por medio de las reproducciones durante la transmisión del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019.

Elaborado por: El investigador

INTERPRETACIÓN

En la tabla Nro. 3 y la figura Nro. 3: Podemos observar que los días jueves son donde la población reproduce más el noticiero de Red Latina por Facebook, con mayor cantidad

de reproducciones, en un total de 767, siendo este día el más alcanzado por la población que sigue las transmisiones del noticiero Red Latina, en ese entender en este día es en donde se puede aprovechar esta ventaja y generar mayor cantidad de noticias o información con más relevancia, para que la ciudadanía pueda continuar viendo la información difundida.

Por otro lado teniendo esta ventaja del día jueves, de más reproducciones, se puede aprovechar para realizar un periodismo de investigación generando no solo noticias, sino un noticiero de opinión, difundiendo informes, reportajes, opinión de la población, hasta dar un avance para el día siguiente (viernes), y de esa forma generar que los viernes sean también de mayor interés por la población en ver y reproducir el noticiero de red latina con más frecuencia.

También podemos destacar que los días miércoles existe una gran cantidad de reproducciones por lo tanto este día, el noticiero es sintonizado en forma considerada por la población, lo cual se puede aprovechar teniendo hasta entrevistas en vivo, dependiendo de la coyuntura actual que se esté viviendo, ya sea a nivel local, regional o nacional, ya que actualmente los temas políticos son muy comentados y vistos por la población, sobre todo porque buscan que la actual situación social mejore.

Durante los días lunes y martes se tiene no más de 560 reproducciones, esto da a entender que por más que no haya información de carácter coyuntural, si hay ciudadanos que son fieles seguidores de los videos en vivo, a esto sumar temas de interés, y entrevistas de opinión o debate harán que las reproducciones tengan un mejor alcance, con ello tener un noticiero más sólido durante más días de transmisión en vivo; lo cual también reflejaría

en que los días viernes se pueda tener no solo 321 reproducciones, sino que este día de la semana también tenga un mejor alcance por los usuarios de Facebook. (Holzner, 2009)

4.4. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR CANTIDAD DE VECES QUE SE COMPARTIÓ

Tabla de veces compartidas que se generan de lunes a viernes de enero a abril del 2019 de la transmisión del noticiero Red Latina.

Tabla N° 4: Veces que se compartió la transmisión por Facebook.

Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Veces que se Compartió	11	10	11	11	1
Total de compartidas	44				

Fuente: Cuadro realizado por medio de los datos estadísticos de los indicadores a medir (reproducciones, compartidas, reacciones y comentarios) durante la transmisión del noticiero Red Latina.

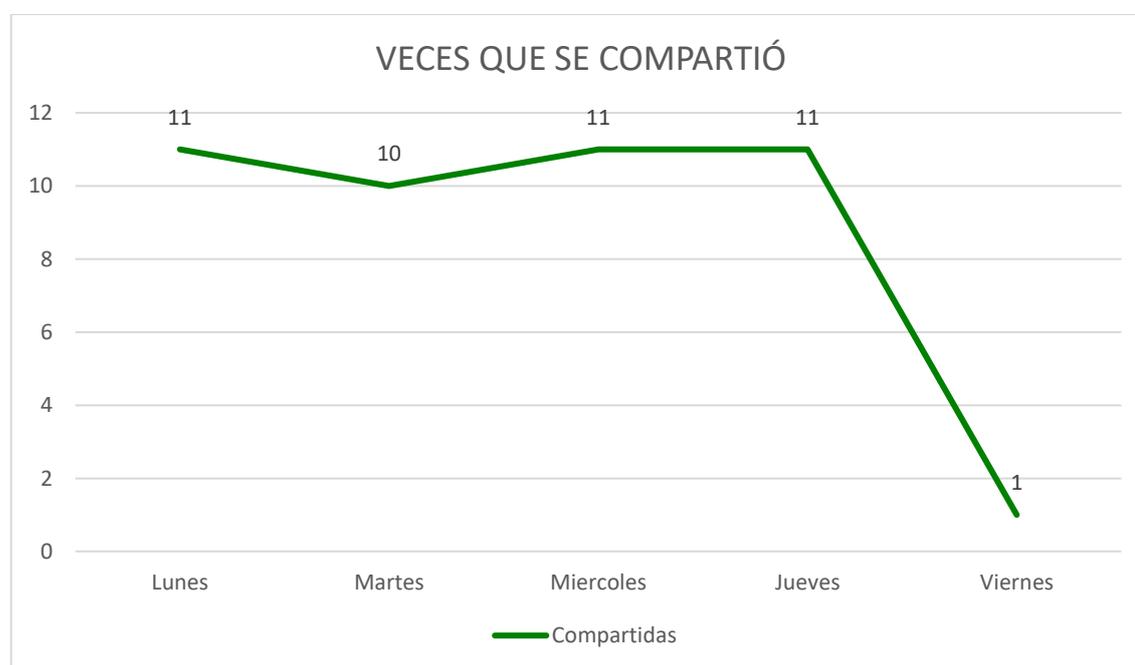


Figura N° 4: Veces que se compartió la transmisión por Facebook.

Fuente: Cuadro realizado por medio de las veces que se compartió la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019.

Elaborado por: El investigador.

INTERPRETACIÓN

En la tabla Nro. 4 y la figura Nro. 4: En este cuadro podemos ver una similitud de veces compartidas con un máximo de 11 en los días lunes, miércoles y jueves, donde podemos plasmar que la población que vio el noticiero de red latina entre enero a abril comparte la transmisión del noticiero dependiendo de la información que se brinde, es por ello que la información que se brinda en los días mencionados son de interés de la ciudadanía.

Por otro lado los días martes la información es de igual similitud y se asemeja a las veces compartidas, no obstante los días viernes existe una serie de deficiencias en cuanto a la noticia difundida en Facebook, lo cual genera que casi no se comparta por las redes sociales, es por ello que si se mejora el tipo de noticias para los viernes las veces compartidas también subirán.

Durante las transmisiones del noticiero de Red Latina, no se nota muchas veces compartidas de los videos en vivo, puesto que la cantidad de seguidores durante la transmisión no ven algún texto llamativo en las diferentes noticias que se dan a conocer, esto da a entender que en cualquier día de la semana si compartimos la transmisión en la biografía de un amigo, va a despertar el interés de más personas, lo cual ampliará la cantidad numérica que se tiene actualmente. Asimismo, el tipo de noticia es lo que despertará en los seguidores de Red Latina el compartir, es decir si ponemos un aviso de personas desaparecidas, puede generar que cualquier día de la semana esta información haga que se comparta de forma extensiva el noticiero en vivo, y de hacer un seguimiento en la información dará como respuesta mayor cantidad de seguidores no solo a la página de Facebook del noticiero sino a demás información que se comparta en el informativo.

4.5. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR REACCIONES

Reacciones de lunes a viernes de los meses de enero a abril del 2019 de la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina.

Tabla N° 5: Reacciones de las transmisiones en vivo.

Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Reacciones	11	15	20	23	13
Total de reacciones	82				

Fuente: Cuadro realizado por medio de los datos estadísticos de los indicadores a medir (reproducciones, compartidas, reacciones y comentarios) durante la transmisión del noticiero Red Latina.

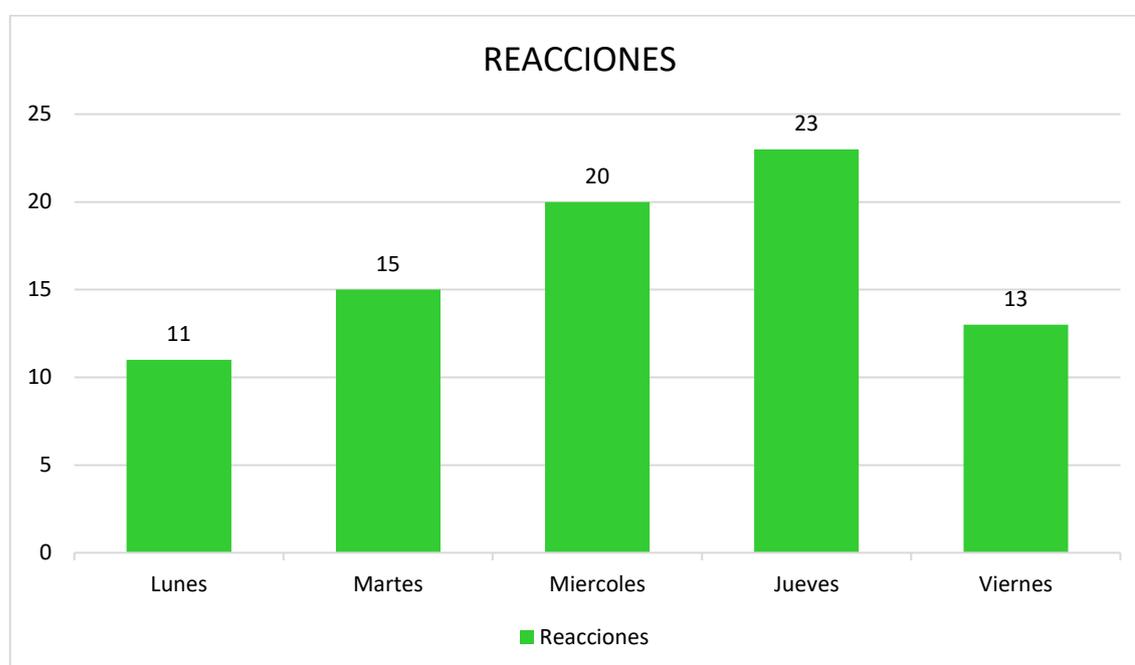


Figura N° 5 Reacciones de las transmisiones en vivo.

Fuente: Cuadro realizado por medio de las reacciones que se generaron en la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019.

Elaborado por: El investigador.

INTERPRETACIÓN

En la tabla Nro. 5 y la figura Nro. 5: En este cuadro plasmamos las reacciones que se generaron en la transmisión del noticiero Red Latina; reacciones como “me gusta, me

encanta, me asombra, me divierte, me entristece, me enoja”, esto es posible porque los usuarios de Facebook que siguieron la transmisión en vivo hicieron un clic en los emoticones mencionados, a ello podemos decir que los días jueves es donde le gusta más las noticias a los usuarios de Facebook, por lo que reaccionan con un “me gusta, me encanta, me asombra, me divierte” en ese día en mención, con un total de 23 reacciones los jueves, seguidos de los miércoles con 20, cabe mencionar que la información brindada en estos días fue de agrado o intereses por ello es que se pudo generar estas reacciones.

Por otro lado el que un usuario genere una reacción es porque tanto la conducción como la noticia fue buena, de lo contrario no se hubiera tenido reacción alguna, de la misma manera de lunes a viernes las reacciones pasan el número de 10, esto indica que si es del gusto de la población la información realizada, lo cual debe mejorar cada vez más; por otro lado los días lunes son donde se tiene menos cantidad de reacciones en la transmisión del noticiero Red Latina, ya sea con un “me gusta, me encanta, me divierte, etc”. A diferencia del día jueves que se tiene mayor cantidad, los lunes son donde se plasma que la información no es tan buena o interesante para los cibernautas, puesto que no hay muchas reacciones.

Los días miércoles tenemos un total de 20 reacciones a las transmisiones, ello da a entender que a mitad de semana es donde se encuentra noticias que la población ve con más interés, no obstante los martes define que los que se conectan a Facebook, van aceptando el cómo se encamina o dirige el tipo de información, puesto que teniendo una cantidad de 15 reacciones, nos da a entender que hay información que va tomando el interés de más seguidores, en estos tres días de la semana la información es del agrado de los seguidores de Red Latina, y esto debe aprovecharse para que los días lunes y viernes pueda mejorar en las reacciones en Facebook.

4.6. TABLA DE ORDEN COMPARATIVO POR COMENTARIOS

Comentarios realizados de lunes a viernes durante los meses de enero a abril de la transmisión por Facebook del noticiero de Red Latina en el 2019.

Tabla N° 6: Comentarios de las transmisiones en vivo.

Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Comentarios	0	1	4	3	1
Total de comentarios	9				

Fuente: Cuadro realizado por medio de los comentarios de la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019.

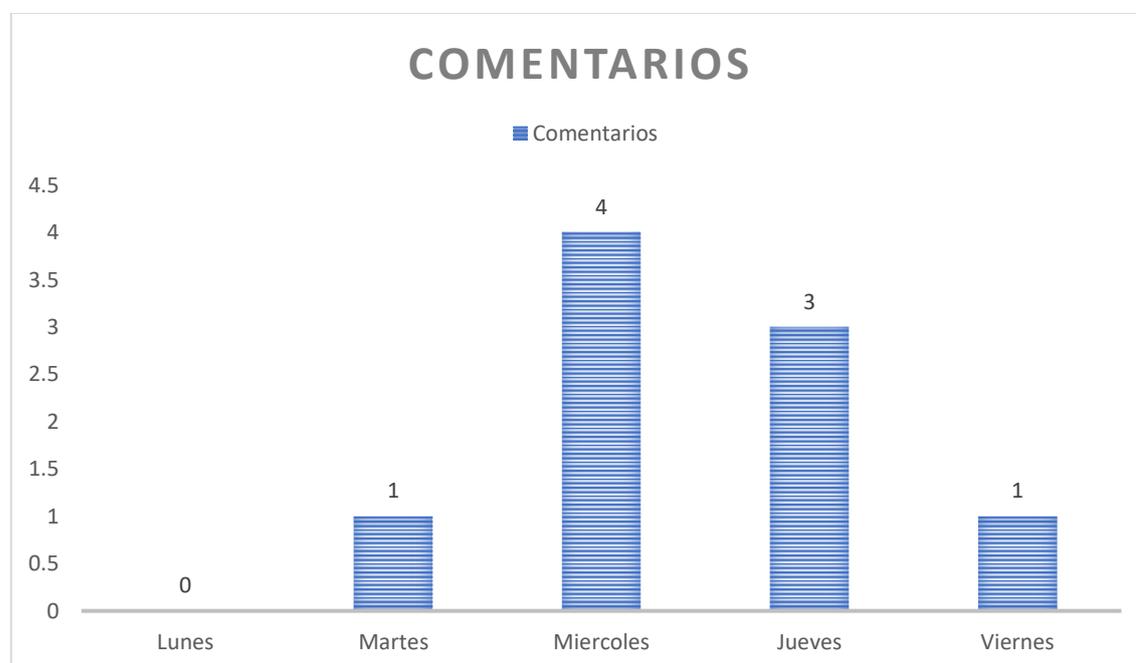


Figura N° 6: Comentarios de las transmisiones en vivo.

Fuente: Cuadro realizado por medio de los comentarios de la transmisión por Facebook del noticiero Red Latina de enero a abril del 2019.

Elaborado por: El investigador.

INTERPRETACIÓN

En la tabla Nro. 6 y la figura Nro. 6: En el cuadro de comentarios no se ve mucha cantidad, ya que solamente se tiene un total de 9 comentarios de la transmisión por Facebook, en donde el día miércoles tiene mayor cantidad con 4 comentarios, esto da a

entender que la población en redes sociales no prefiere comentar mucho sobre la transmisión, prefiere más reproducir, reaccionar, o compartir la transmisión del noticiero Red Latina.

No obstante el tener tal cantidad de comentarios durante las transmisiones realizadas es un indicador que mientras pasen los meses se puede mejorar el número de comentarios, esto va a depender del tipo de información que se brinde; por otro lado plasmamos que los días lunes no cuentan con comentario alguno, esto quiere decir que no muchos le dan el interés a comentar sobre la información que se plasma en estos días; esto a diferencia de los demás días como los martes, miércoles, jueves y viernes, existe por lo menos un comentario, lo cual hace indicar que más personas ven el noticiero Red Latina durante los demás días de la semana, a su vez los días miércoles son donde existe comentarios de forma positiva para el noticiero, lo cual da a entender que a media semana se emite mejor información de la cual los usuarios de Facebook les agrada.

Esto puede ser una ventaja en el noticiero ya que sabiendo que tipo de información es la que pone mayor interés en los cibernautas que están a la expectativa de la transmisión del noticiero Red Latina, con ello podemos incluir noticias o información de similar índole los otros días de la semana, lo cual hará que tengamos más comentarios no solo a mitad de semana sino durante todos los días de la transmisión por Facebook.

Por otro lado los jueves tiene una aceptación similar en comentarios a los de los días miércoles, ya que se ve casi la misma cantidad de comentarios, reflejando que mayor cantidad de navegadores de Facebook, se conectan para ver el noticiero durante estos dos días de la semana, teniendo en cuenta tal comparación podemos aprovechar para dar algún avance de la información que podría difundirse los días viernes, en donde solo hay un comentario, puede variar y mejorar la cantidad de personas que comenten sobre la

información a difundir, ya sea opinión sobre la calidad de información o el contenido de la noticia que se vaya a transmitir.

A su vez el tener mayor cantidad de comentarios durante los días de transmisión, podemos pedir la opinión a los que estén conectados en la transmisión para que aporten sobre la noticia que se esté dando a conocer, con lo cual la difusión del noticiero va a mejorar, porque se tomará en cuenta la opinión de los ciudadanos que les guste ver el informativo y esperar a ver qué es lo que vamos a transmitir.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Las transmisiones en vivo del noticiero Red Latina, son muy significativas o importantes, puesto que se ha generado que los seguidores de la página de Facebook aumenten considerablemente, ya que con anterioridad a las transmisiones se contaban con un número no mayor a 3500 seguidores, y actualmente ha incrementado a las de 6 mil cibernautas, esto ayuda al informativo porque en una era tecnológica donde las redes sociales son muy utilizadas por los ciudadanos, se crea la necesidad de informar tras esta plataforma virtual, la cual genera el interés por parte de los usuarios que siguen esta red social en Facebook.

SEGUNDA: Transmitir videos en vivo del noticiero, es aceptado por la población, puesto que al dar a conocer a los usuarios la información diaria por Facebook, genera un grado de alcance de aceptación positivo, ya que por video en vivo se cuenta con un mínimo 300 usuarios que llegan a reaccionar ya sea en comentarios, ver, compartir y opinar las transmisiones en vivo, esto da la posibilidad de que más usuarios de Facebook sigan el noticiero red latina y así tener mayor importancia del noticiero Red Latina.

TERCERA: La interacción del noticiero a través de las reproducciones y veces compartidas por parte de los usuarios establece que cada vez más y más población con una cuenta en Facebook, puedan ver el noticiero, esto genera una aceptación en la población, ya que visualizarán la transmisión que viene siendo compartida en tiempo real, lo cual facilita a que más personas se conecten para ver el informativo; asimismo, tras los

comentarios, opiniones a libre decisión y reacciones sobre el noticiero e información que se difunde generan que exista una interacción indirecta o directa del noticiero hacia el usuario de Facebook.

RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** El noticiero Red Latina, debe incluir en los videos de las transmisiones en vivo textos que llamen la atención de los usuarios, es decir si se da a conocer sobre hurto o robo, el video debe incluir texto que refuerce este tema, con el fin que los ciudadanos tengan la curiosidad e intriga de informarse sobre que se trata la noticia, esto ayudaría a que a más usuarios les interese la difusión, puesto que teniendo en cuenta la temática del día podrán tener mayor interés en ver y compartir la información.
- SEGUNDA:** Se debe mejorar la dinámica del noticiero, ya que teniendo en cuenta adicionar a las noticias diarias, informes, opinión de la población, llamadas telefónicas y hasta entrevistas en vivo, hace un informativo más interesante y entretenido sobre todo en la plataforma virtual, que necesita tener mayor producción.
- TERCERA:** El informativo Red Latina, debe incrementar la velocidad del internet para la transmisión en vivo, puesto que contar con una mayor velocidad hace que los videos en vivo no se corten o estén lentos para los usuarios que estén viendo desde un teléfono celular o computadora.
- CUARTA:** Quien cuente con la administración de la página de Facebook de Red Latina, debería compartir el video en diversos grupos sociales que cuente o suscribirse a varios (son gratuitos), el hacer ello genera que más personas de Facebook puedan ver la transmisión sin necesidad de ser seguidores del fan page, esto dará mayor ventaja de que más usuarios vean, comparten, y se interesen por seguir el noticiero de red latina.

QUINTA: El medio de comunicación Tv Latina, a través del noticiero Red Latina puede generar ingresos económicos, puesto que en un noticiero se difunde publicidad, no obstante la empresa que desee contratar los servicios, va estar interesado en un noticiero que se transmita por redes sociales, ya que esto llega a mayor cantidad de ciudadanos que están constantemente navegando por internet y hoy en día las redes sociales son una buena herramienta para publicidad y ofrecer un producto o servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Agencia Social Media. (08 de nov de 2018). <https://www.sincro-online.es>. (A. S. Madrid, Editor, & E. c. streaming, Productor) Recuperado de <https://www.sincro-online.es>: <http://blog.sincro-online.es/estrategias-con-facebook-live>
- Arenzana, D. (2017). *Importancia de las redes sociales en la actualidad*. Redes sociales.
- Austin, T. & Doust, R. (2008). *Diseño de nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Blume.
- Boyd, D. (2008,). *Social Network Sites, Definision, history, and Scholarship*. Recuperado de recuperado en marzo 12, 2009 de: <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>
- David, G. (8 de setiembre de 2014). *tuexpertoAPPS.com*. Recuperado de [tuexpertoAPPS.com](https://www.tuexpertoapps.com): <https://www.tuexpertoapps.com/2014/09/08/facebook-ya-tiene-un-contador-de-reproducciones-para-los-videos-compartidos/>
- Diaz Noci, J. y Salaverría, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Editorial Ariel.
- eitb.eus. (7 de abril de 2016). www.eitb.eus. Recuperado de <https://www.eitb.eus/es/noticias/tecnologia/detalle/3968602/que-es-funciona-facebook-live-compartir-videos-tiempo-real/>
- Facebook. (2009). *servicio de ayuda. recuperado abril 1, 2009 de*. Recuperado de www.facebook.com/ad_guidelines.php

- Facebook. (24 de setiembre de 2017). *Facebook*. Recuperado de www.facebook.com
- Facebook. (enero de 2018). *Facebook*. Recuperado de <https://es-la.facebook.com/help/publisher/197822964154301>
- Hernández C. , Kiste F. y Menjívar P. (2013) Rutinas de recolección de información periodística de los medios digitales: Tesis licenciado en periodismo Universidad San Salvador, El Salvador.
- Holzner, S. (2009). *Facebook Marketing: Leverage Social Media to Grow Your Business* (3ra ed.). Estados Unidos que publishing.
- Ined21. (6 de noviembre de 2016). *ined21.com*. Recuperado de <https://ined21.com/la-era-digital-cambio-o-revolucion/>
- infoactivismo@socialtic.org. (29 de mayo de 2017). *Infoactivismo*. Recuperado de <https://infoactivismo.org/transmisiones-en-vivo-por-facebook-live/>
- Juanas, M. (11 de agosto de 2011). *cuentame la red*. Recuperado de *cuentame la red*: http://developers.facebook.com/docs/plugins/share-button?locale=es_ES
- Larrégola, G. (1998). *De la televisión analógica a la televisión digital*. Barcelona: Libros de comunicación global.
- Maldonado, T. (2008). *Memoria y conocimiento*. En T. Maldonado, *Sobre los destinos del saber en la perspectiva digital* (pág. 226). Barcelona : Gedisa.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Barcelona: Ediciones B.

- Martinez, F. (2013). *El periodismo emprendedor en España. Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo*, 75 - 91.
- Nogueira, A. (12 de enero de 2018). *blog.hotmart.com*. Recuperado de <https://blog.hotmart.com/es/como-hacer-transmision-en-vivo/>
- Pacterson, A. (29 de enero de 2014). *tipos de cuentas en facebook*
- Parra, C. (4 de enero de 2018). *rockcontent.com*. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/reacciones-de-facebook/>
- Perú.com. (24 de febrero de 2016). *Perú.com*. Recuperado de Perú.com: <http://peru.com/epic/epic/-mobile/facebook-reactions-que-significa-cada-emoji-y-que-usarlo-fotos-noticia-441149>
- Porto, J. P. (agosto de 2013). *definición de facebook*
- Puente, W. (2000). *Portal de relaciones públicas*. Recuperado de Técnicas de investigación
- Rodriguez, M. (2010). *Métodos de investigación 1ra Edición*. México: Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Roig, A. (2005). *Producción cultural audiovisual en la sociedad de la información*. En A. Pascual, & A. Roig, *Comunicación audiovisual digita. nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Barcelona: UOC.
- Sandoval, C. (1995). *El tiempo. Manual de redacción*. Inventario de la comunicación en Costa Rica . Escuela de ciencias de la comunicación.

Soto, M (13 de julio de 2014). *La ficha de observación*. Recuperado de <https://prezi.com/uinnphpdjtuz/la-ficha-de-observacion/>

Tamayo, M. (2007). *El proceso de la investigación científica, 4ta edición*. México: Ed. Limusa.

Tecnologia. (8 de octubre de 2015). *Tecno*. Recuperado de Tecno: http://tn.com.ar/tecno/f5/estos-son-los-nuevos-botones-de-facebook-que-se-suman-al-me-gusta_626490

Urgoiti, C. (2000). *medios y tecnologia- los efectos de los medios de comunicación*

Velasco, C. (12 de setiembre de 2015). *areadepymes*. Obtenido de <http://www.areadepymes.com/?tit=como-crear-una-fan-page-y-cuales-son-sus-ventajas&name=Abanfin&fid=fanpage>

ANEXOS

ANEXO A: Links de transmisiones red latina:**A.1.- días lunes:**

14/01/2019: <https://www.facebook.com/punotvlatina/videos/758337624536647/>

18/02/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/2203392353259055/>

25/03/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/382241662385287/>

A.2.- días martes

22/01/2019: <https://www.facebook.com/punotvlatina/videos/616541018775880/>

19/03/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/434813307279151/>

09/04/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/284357165816746/>

A.3.- días miércoles

30/01/2019: <https://www.facebook.com/punotvlatina/videos/2477934398903298/>

27/02/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/567863030379708/>

20/03/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/584328432058355/>

A.4.- días jueves

07/02/2019: <https://www.facebook.com/punotvlatina/videos/833509300325744/>

21/03/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/796331917409982/>

04/04/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/837885819886836/>

A.5.- días viernes 1460

15/02/2019: <https://www.facebook.com/punotvlatina/videos/2245933039012986/>

22/03/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/359838574623841/>

12/04/2019: <https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/659208611174887/>

ANEXO B: Capturas

B.1.- Capturas de los días lunes

LUNES 14-01-2019



LUNES 18-02-2019



LUNES 25-03-2019



B.2.- Capturas de los días martes

MARTES 22-01-2019



MARTES 19-03-2019



MARTES 09-04-2019



B.3.- Capturas de los días miércoles

MIÉRCOLES 30-01-2019



MIÉRCOLES 27-02-2019

Facebook
<https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/5678630379708/>

07: 49: 15

COMISARIA DE FAMILIA DE PUNO REGISTRA 271 CASOS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER SOLO EN LO QUE VA DEL AÑO

TV LATINA PUNO ha transmitido en directo. hace aproximadamente un mes ·

7 Me gusta · 136 reproducciones

Comentarios · Siguiendo

Más relevantes ▾

HC Dalia · 1:18
 😍 ...
 Me gusta · Responder · 5 s

Ronald Franco Jove · 0:42 Bien
 Me gusta · Responder · 5 s

Escribe un comentario...

MIÉRCOLES 20-03-2019

Facebook
<https://web.facebook.com/punotvlatina/videos/584328432058355/>

07: 12: 12

MIEMBROS DE LA POLICIA NACIONAL COMPROMETIDOS CON LA SEGURIDAD DE ESTUDIANTES DE LA G.U.E. SAN CARLOS

TV LATINA PUNO ha transmitido en directo. hace aproximadamente un mes ·

Red Latina
 señal abierta 49, Cable estación 86, Cable más 14.
 #EnVivoTvLatina

5 Me gusta · 129 reproducciones

Comentarios · Siguiendo

HC Dalia · 1:18
 😍 ...
 Me gusta · Responder · 5 s

Ronald Franco Jove · 0:42 Bien
 Me gusta · Responder · 5 s

Escribe un comentario...

B.4.- Capturas de los días jueves

JUEVES 07-02-2019



JUEVES 21-03-2019



JUEVES 04-04-2019



B.5.-. Capturas de los días viernes

VIERNES 15-02-2019



VIERNES 22-03-2019



VIERNES 12-04-2019



ANEXO C: Portada de la fan page de red latina y cantidad de seguidores



ANEXO D: Información de la página de Facebook



MÁS INFORMACIÓN

- i** Información
 Programación variada
 Tv Latina canal 49 UHF, 14 Cablemas , 86 Cable Estación.
- i** Propiedad y autoría
 CORPORACIÓN LATINA
 Radio Latina 102.3 Fm
 TV Latina
- i** Tv Latina canal 59 UHF, 14 Cablemas, 86 Cable Estación.

contribuimos eficaz y eficientemente al entretenimiento y a la información en toda la Región de Puno.

Con el mejor equipo humano que cada día va diseñando nuevos formatos de entretenimiento y propagación de información, propiciando el desarrollo de la industria de la televisión en nuestra región.

En el 2012 somos el mejor canal de televisión local (Premio Peruana de Opinión Pública) Tv Latina es interactivo, con un enfoque positivo, humanizado, independiente y veraz, ya es el amigo común de la familia.

En el 2013 renovamos el compromiso con la población Puneña ganando por segundo año consecutivo (Premio Peruana de Opinión Pública), ofreciéndole la mejor y mas variada programación.

Agradecemos profundamente a todos nuestros televidentes por seguir fielmente nuestra programación.

ANEXO E: Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LAS TRANSMISIONES EN VIVO DEL NOTICIERO RED LATINA DE ENERO A ABRIL 2019

I. DATOS DEL LUGAR A OBSERVAR:

1.1.- Lugar: _____

1.2.- Fecha: _____

II. DATOS DEL OBSERVADOR:

2.1.- Apellidos y nombres: _____

2.2.- Cargo: _____

III. INSTRUCCIONES:

Estimado(a) observador la presente ficha de observación constituye un instrumento de investigación.

Coloque un número del 1 al 4 en el recuadro de calificación según su criterio de aplicación para cada indicador de las transmisiones en vivo del noticiero, considerando al momento de marcar que día se tuvo el mayor alcance según cada ítem:

Considerando que

1 = mala

2 = regular

3 = buena

4 = muy buena

INDICADORES	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Reproducciones					
Veces que se compartió					
Reacciones					
Comentarios					

IV. OBSERVACIONES:

ANEXO F: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVO GENERAL:	HIPOTESIS GENERAL:	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTOS
<p>GENERAL:</p> <p>¿Por qué es importante transmitir en vivo por Facebook el noticiero de Red Latina para mayor sintonía de la población de Puno de enero a abril del 2019?</p>	<p>Conocer la importancia de transmitir en vivo por Facebook el noticiero de Red Latina que se tiene en la población de Puno de enero a abril del 2019.</p>	<p>El tener transmisiones en vivo por Facebook del noticiero red latina es muy importante y significativo, puesto que generaría mayor sintonía del informativo en los usuarios de Facebook de Puno, de enero a abril del 2019.</p>	<p>Independiente</p> <p>e: Transmitir en vivo por Facebook</p>	<p>Magnitud de la importancia de transmitir el noticiero matinal</p>	<p>Alcance</p>	<p>Observación</p>	<p>Guía de observación</p>
<p>ESPECIFICA:</p> <p>- ¿Por qué se debe transmitir en vivo el noticiero de Red Latina de enero a abril del 2019?</p> <p>- ¿cómo determinar el interés en la población de Puno el contar con transmisiones del noticiero Red Latina en Facebook de enero a abril del 2019?</p>	<p>OBJETIVO ESPECIFICO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer si es aceptable el transmitir en vivo por Facebook el noticiero Red Latina de enero a abril 2019. - Determinar cómo ve e interactúa la población de puno, con el contar con transmisiones en vivo del noticiero de Red Latina de enero a abril 2019. 	<p>HIPOTESIS ESPECIFICA:</p> <p>Las transmisiones en vivo del noticiero Red Latina por Facebook generaría opiniones y reacciones en la población de Puno de enero a abril del 2019</p> <p>-El interactuar el noticiero de Red Latina mediante el Facebook implantaría que cada vez más usuario de esta red social puedan ver y compartir la información que se difunde desde cualquier lugar que se encuentre con un equipo móvil de enero a abril del 2019</p>	<p>Dependiente:</p> <p>Reacciones en Facebook de la transmisión en vivo</p>	<p>cobertura del noticiero de Red Latina Puno</p>	<p>Comentarios Reacciones</p> <p>Reproducciones Compartidas</p>	<p>Observación</p> <p>Observación</p>	<p>Guía de observación</p> <p>Guía de observación</p>