



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL**  
**Y DERECHO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA**  
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACION SOCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:** DISEÑO DE UN MANUAL DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA APLICADO  
A LAS REDES SOCIALES EN LA RADIO ATALAYA DE LA CIUDAD DE  
MILAGRO.

**Autor:**

Sr. PAUL ENRIQUEZ MUÑOZ

**Tutor:**

Mgr. ÁNGEL MORAN HERRERA

**Milagro, Octubre 2019**  
**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.  
Fabricio Guevara Viejó, PhD.  
**RECTOR**  
**Universidad Estatal de Milagro**  
Presente.

Yo, Enríquez Muñoz Paul Ángel en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Relaciones Estratégicas entre comunicación, comunidad y educación de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de octubre de 2019



---

Enríquez Muñoz Paul Ángel

Autor 1

C.I: 0929215002

## APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Morán Herrera Ángel en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por el estudiante Enríquez Muñoz Paul Ángel, cuyo tema de trabajo de Titulación es Diseño de un manual de estilo de redacción periodística en redes sociales para medios audiovisuales de la ciudad de Milagro, que aporta a la Línea de Investigación Relaciones Estratégicas entre comunicación, comunidad y educación previo a la obtención del Grado LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 29 de octubre de 2019



---

Mgtr. Morán Herrera Ángel  
Tutor  
C.I: 0922665724

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. Morán Herrera Ángel Antonio

Mgtr. Del Campos Saltos Guillermo Segundo

Mgtr. Macías Arroyo Franklin Gregorio

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL presentado por el estudiante Enríquez Muñoz Paul Ángel

Con el tema de trabajo de Titulación: Diseño de un manual de estilo de redacción aplicado a las redes sociales en la radio Atalaya de la ciudad de Milagro.

Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[ 80 ]
Defensa oral	[ 20 ]
Total	[ 100 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) \_\_\_\_\_Aprobado\_\_\_\_\_

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Morán Herrera Ángel Antonio	
Secretario (a)	Del Campos Saltos Guillermo Segundo	
Integrante	Macías Arroyo Franklin Gregorio	

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. Morán Herrera Ángel Antonio

Mgtr. Del Campos Saltos Guillermo Segundo

Mgtr. Macías Arroyo Franklin Gregorio

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL presentado por el estudiante Enríquez Muñoz Paul Ángel

Con el tema de trabajo de Titulación: Diseño de un manual de estilo de redacción aplicado a las redes sociales en la radio Atalaya de la ciudad de Milagro..

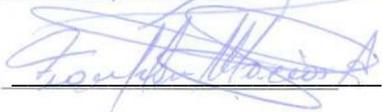
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[ 80 ]
Defensa oral	[ 20 ]
Total	[ 100 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) \_\_\_\_\_Aprobado\_\_\_\_\_

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Morán Herrera Ángel Antonio	
Secretario (a)	Del Campos Saltos Guillermo Segundo	
Integrante	Macías Arroyo Franklin Gregorio	

## DEDICATORIA

*El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A mi esposa por ser mi pilar fundamental y darme el apoyo necesario en cada una de las metas que me propongo.*

*A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un verdadero orgullo y privilegio ser su hijo, son los mejores padres.*

*A mis hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.*

*A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Al finalizar este trabajo quiero utilizar este espacio para agradecer a Dios por todas sus bendiciones y darme la sabiduría para conseguir lo que me he propuesto.*

*También agradezco a mi esposa que es la persona que Dios puso a mi lado como ayuda incondicional.*

*A mis Padres que han sabido darme su ejemplo de trabajo y honradez.*

*De la misma manera, quiero agradecer a la Universidad Estatal de Milagro, directivos y profesores que me brindaron sus enseñanzas y conocimientos.*

*A mi tutor que fue la persona encargada de guiarme e impartir los conocimientos necesarios para la elaboración de este trabajo con mucha dedicación y paciencia logró que la presente investigación sea posible*

## ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN...	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT .....	xii
INTRODUCCIÓN .....	19
Formulación del problema .....	20
Planteamiento del problema.....	20
Objetivos de la investigación .....	21
Objetivo general.....	21
Objetivos específicos.....	21
MARCO TEÓRICO.....	22
Nuevos procesos de comunicación en la era digital .....	22
Contenidos radiofónicos.....	23
Llegada de las plataformas digitales a los medios tradicionales. ....	23
Periodismo 1.0.....	24
Periodismo 2.0.....	24
Periodismo 3.0.....	24
Redacción Periodística en Redes Sociales .....	25
METODOLOGÍA .....	29
Tipo de Investigación .....	29
Investigación descriptiva.....	29
Diseño de Investigación .....	30

Enfoque cualitativo .....	30
Enfoque cuantitativo .....	30
Enfoque Mixto.....	31
Población y Muestra.....	32
Población.....	32
Muestra.....	32
<b>RESULTADOS OBTENIDOS .....</b>	<b>33</b>
Manual de estilo de redacción periodística utilizando las redes sociales y aplicado a la Radio Atalaya del cantón Milagro .....	39
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>42</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Gráfico 1:</b> Manual de Redacción .....	27
<b>Gráfico 2:</b> Noticias de la Fan Page RadioForever .....	31
<b>Gráfico 3:</b> Noticias de la Fan Page Radio Atalaya .....	32
<b>Gráfico 4:</b> Difusión de contenidos en la fan page.....	34
<b>Gráfico 5:</b> Alcance del medio .....	34
<b>Gráfico 6:</b> Frecuencia de visita a la fan page.....	35
<b>Gráfico 7:</b> Percepción del contenido.....	35
<b>Gráfico 8:</b> Contenido.....	36
<b>Gráfico 9:</b> Preferencia de información.....	36
<b>Gráfico 10:</b> Interés en los contenidos.....	37
<b>Gráfico 11:</b> Valoración de los contenidos.....	37
<b>Gráfico 12:</b> Estructura del contenido .....	37
<b>Gráfico 13:</b> Objetivo de la fan page .....	38
<b>Gráfico 14:</b> Elaboración de contenidos.....	38
<b>Gráfico 15:</b> Propuesta.....	40

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Funciones del periodismo .....	24
<b>Tabla 2:</b> Redacción en Redes Sociales.....	26
<b>Tabla 3:</b> Diferencias entre Enfoque Cualitativo y Cuantitativo.....	30
<b>Tabla 4:</b> Método estadístico para determinar la muestra en universos grandes .....	33

## **Diseño de un manual de redacción periodística utilizando las redes sociales, y aplicado a la Radio Atalaya de la ciudad de Milagro**

### **RESUMEN**

La migración del contenido de los medios de comunicación tradicionales a las plataformas digitales ha marcado significativamente la forma de comunicar. En la presente investigación se logra definir como el Diseño de un manual de redacción periodística utilizando las redes sociales, y aplicado a la Radio Atalaya de la ciudad de Milagro permite mejorar la calidad de contenidos colgados en la fan page de la Radio Atalaya del cantón Milagro y de esta forma incide en la información adquirida por los lectores de la misma ciudad. A través de documentos consultados como repositorios académicos, artículos relacionados a la línea de investigación se pudo obtener las pautas necesarias para la elaboración del manual de redacción. Mediante una investigación descriptiva y las técnicas aplicadas para la recolección de datos teniendo como muestra a los habitantes de la ciudadela Las Piñas, la entrevista al propietario del medio de comunicación dio como resultados que hay ausencia de contenido de elaboración y que no existe un manual de redacción como técnica para el desarrollo de la información en redes sociales. A través de las encuestas también se pudo determinar que la ciudadanía prefiere que haya más contenidos en la página oficial de Facebook de Radio Atalaya, de la misma forma que se mejore el contenido de las redacciones colgadas en la fan page para una mejor aceptación de la información que emite el medio. De esta manera se evidenció que el diseño de un manual de redacción periodística utilizando las redes sociales, permitirá que exista el manejo adecuado de la información que incida de manera satisfactoria en los lectores del fan page de la radio.

**PALABRAS CLAVE:** comunicación, redacción, medios, redes sociales fan page.

## **Design of a journalistic style manual in social networks for audiovisual media in the city of Milagro**

### **ABSTRACT**

The migration of content from traditional media to digital platforms has markedly the way of communicating. In the present investigation it is possible to define how the Design of a journalistic writing style manual in social networks for audiovisual media of the city of Milagro allows to improve the quality of content posted on the fan page of the Atalaya Radio of the Milagro canton and of this form affects the information acquired by the readers of the same city. Through documents consulted as academic repositories, articles related to the research line were able to obtain the necessary guidelines for the preparation of the writing manual. By means of a descriptive investigation and the techniques applied to the collection of data having as a sample the inhabitants of the Las Piñas citadel, the interview with the owner of the media gave as a result that there is no elaboration content and that there is no manual of writing as a technique for the development of information in social networks. Through the surveys it was also possible to determine that the citizenry prefers that there be more content on the official Facebook page of Radio Atalaya, in the same way that the content of the edits posted on the fan page is improved for a better acceptance of the information that the medium emits. In this way, it was evidenced that the design of a journalistic writing style manual in social networks for audiovisual media in the city of Milagro will allow for the adequate handling of the information that satisfactorily affects the readers of the radio fan page

**KEY WORDS:** communication, drafting, media, social networks, fan page

# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación aborda el Diseño de un manual de redacción periodística utilizando las redes sociales, y aplicado a la Radio Atalaya de la ciudad de Milagro

Para el desarrollo de este diseño se ha escogido al medio de comunicación tradicional Radio Atalaya del Cantón Milagro con 60 años de posicionamiento en la ciudad encargado de mantener comunicada a la ciudadanía milagreña.

En la actualidad la convergencia de los medios tradicionales a digitales han marcado de manera significativa el proceso y forma de comunicar, como lo menciona Morán (2015) “el internet es terreno fértil para el periodismo”. A nivel mundial, las plataformas digitales han sido el blanco de los medios de comunicación, pues el avance de la tecnología implica la migración de los contenidos a redes sociales donde la Radio acoge nuevas características al convertirse en una plataforma digital audiovisual. En América Latina, el mismo autor afirma que el desarrollo de los medios de comunicación tradicionales se plasma en las redes sociales y en su mayoría nacen otros de internet, como El Faro y La Silla Vacía.

En Ecuador existen ejemplos de medios de comunicación digitales que desarrollan su actividad comunicacional a través de redes sociales amparados por la ley orgánica de comunicación en el art. 4: “Actividad comunicacional.- Para efectos regulatorios, se entenderá por actividad comunicacional exclusivamente a aquellas actividades que realizan los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación” (Ley Orgánica de Comunicación, 2017).

En la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas existen tres medios de comunicación audiovisual, específicamente Radios que se han posicionado también, a través de las redes sociales; entre ellas, Radio Atalaya cuya frecuencia trabaja en Amplitud Modulada (AM).

La Fan Page fue creada con la finalidad de tener mayor alcance de audiencia y a su vez mantener informada a la ciudadanía, a través de una herramienta digital que permita el avance tecnológico y alcance del medio radiofónico.

Para abordar resultados que determinen la importancia de la elaboración de nuevos contenidos para redes sociales se encuestó a la ciudadanía del cantón como muestra de estudio donde se llegó a evidenciar la necesidad del diseño de un manual de redacción

periodística utilizando las redes sociales, y aplicado a la Radio Atalaya de la ciudad de Milagro

### **Formulación del problema**

¿Cómo incide la información emitida a través de la fan page del medio de comunicación audiovisual Radio Atalaya en los habitantes del cantón Milagro?

### **Planteamiento del problema.**

En la ciudad de Milagro, provincia del Guayas existen medios de comunicación audiovisual que permiten mantener informada a la ciudadanía en general.

La convergencia de los medios análogos a digitales implica una migración de la información acorde a las exigencias de este cambio. La radio Atalaya del cantón Milagro informa, a través de la frecuencia 810 amplitud modulada (AM), de la misma forma, mediante su fan page en la red social Facebook.

Por otra parte, la información que se difunde a través de la Fan Page carece del uso de los recursos que proporciona la plataforma, como: la multimedialidad e hipertextualidad y el inadecuado estilo y estructura de redacción, también al ingresar a la página oficial, se puede evidenciar que la información en ocasiones es tomada de páginas en otros diarios, es decir la redacción es de otras autorías, esto hace que la audiencia prefiera contenidos ajenos al medio o ya hayan leído la misma información desde distintas fuentes.

También se puede observar la carencia de contenido audiovisual, como reportajes realizados por el medio de comunicación y el uso de las reglas de gramaticales son aplicadas pocas veces. Todas estas falencias influyen en que los lectores pierdan el interés en la información de la página, en ocasiones se reduce la cantidad de seguidores y su alcance en cada publicación. Si bien es cierto, el medio tradicional, como la radio, se caracteriza por los recursos auditivos, pero estos contenidos al transportarlos o plasmarlos en las redes sociales debe cumplir con otras características y estructuras. El público del medio análogo, no es el mismo al que se dirige en los digitales. Según datos del último censo nacional proporcionado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), el 4.224.984 de la población hace uso de redes sociales (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010).

Esto quiere decir que poco a poco el uso de la tecnología va incrementando entorno al uso de medios digitales, la audiencia es más exigente si de contenido se trata, por el tiempo y espacio en el que se desarrolla la información, se evidenció también que, el

personal encargado de las redes sociales del medio está siguiendo estructuras de redacciones periodísticas sujetas a lo tradicional, de esta manera se puede evidenciar que no se elabora contenidos específicamente para el medio digital.

### **Delimitación**

**Aspecto:** Redacción periodística y redes sociales

**Área:** Medios digitales

**Espacio:** Medios analógicos y medios digitales

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo general**

Determinar la incidencia de la información de la fan page del medio de comunicación Radio Atalaya en la ciudadanía del Cantón Milagro que permita diseñar un manual de estilo de redacción periodística apropiado que pueda ser aplicado para redes sociales.

#### **Objetivos específicos**

- Examinar la forma de redactar la información que emite, a través de la fan page de la Radio Atalaya del Cantón Milagro que permita determinar la estructura de la información publicada
- Establecer el nivel de preferencia que tiene la comunidad milagreña de la información que emite radio Atalaya en su fan page, que permita el Diseño de un manual de redacción periodística utilizando las redes sociales, y aplicado a la Radio Atalaya de la ciudad de Milagro
- Comparar el contenido de la información en redes sociales de Radio Atalaya con un medio de comunicación audiovisual nacional que permita establecer los parámetros a seguir al momento de estructurar la información periodística

### **JUSTIFICACIÓN**

La investigación se establece o se centra en el medio de comunicación audiovisual Radio Atalaya, considerando que la información mostrada en su fan page es dirigido a una comunidad en general, por el cual se pretende aportar ideas claras y específicas que sirvan de ayuda para su mejoramiento.

En las publicaciones que muestra a su audiencia en su totalidad no son de su autoría, al contrario, hacen referencia a información que se han generado por otros medios de comunicación nacionales. Esto hace que la comunidad elija o prefiera al medio que difundió primero la nota periodística.

La fan page de este medio de comunicación sigue el mismo lineamiento que el medio tradicional, considerando que se debe de tener presente la estructura y el manejo de su difusión.

## **CAPITULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Nuevos procesos de comunicación en la era digital**

A través de una investigación bibliográfica y repositorios de trabajos académicos, se ha determinado que este modelo de propuestas ha ayudado de manera significativa a diferentes medios de comunicación. También se han considerado teorías de expertos y autores de distintos países para llegar a la elaboración de un manual de estilo de redacción periodística en redes sociales acoplándose a las necesidades y exigencias de la nueva tecnología. A inicios del siglo XXI en el área del periodismo los procesos y estrategias comunicacionales han cambiado de manera significativa. La convergencia de los medios de comunicación análogos a los digitales ha marcado una nueva manera de comunicar. Anteriormente la comunicación se la manejaba mediante un proceso unidireccional en la que los usuarios solo eran espectadores, absorbían información sin oportunidad a que haya una retroalimentación con el medio. Para esto, Muñoz (2016) afirma que: Los rápidos procesos de innovación desencadenados por las tecnologías digitales han transformado radicalmente las dinámicas de la información y la comunicación, generando (...) nuevos sistemas socio-técnicos-culturales (SSTC) que han configurado decisivamente nuevas prácticas en torno a los medios masivos de comunicación.

Con el avance de la tecnología, como lo afirma Albarello, Canella, & Tsuji, (2005), La mayoría de los medios de comunicación han migrado a la era digital y otros que nacieron de la tecnología, “Lo cierto es que son relativamente pocos aún los medios que son únicamente digitales en todo su recorrido, desde la concepción hasta la publicación” (Albarello, Et Al, 2005).

## **Contenidos radiofónicos**

Anteriormente los contenidos emitidos a través de las emisoras radiales eran diseñados exclusivamente para los oyentes, quienes producían los contenidos pensaban en su público sin la necesidad de ganar mayor publicidad ni auspiciante, jamás se imaginó que la llegada de la nueva tecnología marcaría territorio en los diferentes medios tradicionales en general.

La llegada de la tecnología permitió a la sociedad desvincularse de los medios tradicionales e incorporarse a los digitales.

El oyente ha pasado de ser un receptor pasivo a adquirir un papel activo en los programas radiofónicos. Las nuevas tecnologías han permitido a las emisoras incluir, dentro de su programación, secciones de participación del oyente, algo que hace de la radio un medio de comunicación mucho más cercano. (González, 2018)

Por otra parte, el impacto tecnológico ha moldeado a los medios de comunicación tradicionales con un espacio dentro de la red dirigido a los consumidores de contenidos. Todo medio de comunicación radiofónico posee cuentas en redes sociales, el cual se publican contenidos con mayor impacto, esto hace que la comunidad esté más integrada al campo digital.

Todas las grandes radios disponen de página web. El uso principalmente que realizan de la web es como difusor de contenidos pertenecientes a sus emisiones. También se encuentra optimizada para terminales móviles, debido a que como hemos comentado con anterioridad, la navegación a través de estos dispositivos tiene un peso cada vez mayor. (Franco, 2016)

En efecto, una de las ventajas que ha traído la tecnología para las radios es que los oyentes pueden elegir lo que desean escuchar sin importa el tiempo, lugar y espacio. Anteriormente el espectador buscaba el momento indicado para asistir a una programación, encendía el transistor buscando la frecuencia para acceder a su programa favorito, en la actualidad se lo puede hacer solo ingresando a las plataformas digitales con la que cuenta los medios de comunicación radiofónico y disfrutar de lo que jamás se pudo visualizar.

## **Llegada de las plataformas digitales a los medios tradicionales.**

Cuando se trata de comunicar a cerca de la llegada de las plataformas digitales, las cuales son un aliado para los medios de comunicación tradicionales. Hay que mencionar

el funcionamiento del periodismo web, también reconocido como periodismo 1.0, 2.0 y 3.0. tal y como lo manifiesta Yilin (2014)

**Periodismo 1.0**

Es el que traspasa el contenido de los medios tradicionales a la Red

**Periodismo 2.0**

Es la creación de contenido en y para la Red, sumando sus características de hipertextualidad, interactividad, multimedia, etc.

**Periodismo 3.0**

Es la socialización de la información, a través de una conversación virtual en la que los participantes intervienen en el propio mensaje. (Yilin, 2014)

**Tabla: 1 Funciones del periodismo**

<b>Periodismo 1.0, 2.0 y 3.0</b>	<b>Funciones (ejemplos esenciales)</b>
Periodismo 1.0	Información publicada en las plataformas digitales (fan page)
Periodismo 2.0	Se incorporan, imágenes en movimiento, sumando enlaces que direccionen al desarrollo completo de la información y por último, existe una interacción con el público.
Periodismo 3.0	Se puede establecer foros y chat dentro de una plataforma de información

**Fuente: Elaboración Paul Enríquez Muñoz**

Hay que incorporar que los medios de comunicación audiovisuales proyectan información a través de sus fans page, comúnmente conocida como cuentas en redes sociales, es allí donde se comparten elementos de multimedia y previo a esto tener una interactividad con el público.

La redacción que existe en los medios audiovisuales a través de las redes sociales ha generado un gran impacto a nivel mundial, en la actualidad se conoce como un método de intercambiar información. Existen parámetros para que la escritura en redes de mayor realce y credibilidad por parte de quienes la proyectan.

La base fundamental consiste en:

- Coherencia y cohesión de los párrafos

- Precisión del contenido
- Redacción con carácter persuasivo

Cuando se refiere a la coherencia y cohesión de párrafos, es tener sentido de lo que se quiere comunicar, escribiendo para quienes se identifican con el medio, es de allí donde parte la aceptación de lectores por la forma precisa de comunicar.

El otro punto en tratar es la precisión de contenidos, quienes comunican a través de una plataforma o red social con carácter netamente profesional, tiende a informar de manera exacta, sin llenarse de palabras que al final terminan confundiendo más al lector. Existen dos formas de ganar lectores informar con claridad y coherencia.

Una adecuada escritura o redacción hará que su canal de información gane mayor audiencia, y ser reconocido por lo que publica o escribe.

La redacción en redes en estos medios lleva consigo un acoplamiento o una base ligada, la cual es la imagen.

Según VANEGAS (2014) en su trabajo previo la obtención de título de magister en educación, menciona que, “La utilización de textos e imágenes es una herramienta básica en la comunicación virtual, en particular, las redes sociales se apropian de estas funciones para lograr ofrecerle a los usuarios formas rápidas, cómodas y sencillas para emitir mensajes”.

### **Redacción Periodística en Redes Sociales**

La base de una redacción es la precisión e intención con la que se muestra el mensaje. Escribir para redes es gozar de todas las herramientas con la que cuenta dicha plataforma, entre ella se establecen mecanismo que suman a su credibilidad de la información tales como:

- Multimedialidad
- Hipertextualidad
- Interactividad

La era digital ha generado un gran impacto a nivel mundial; uno de ellos en gozar de este avance tecnológico son los usuarios quienes manejan plataformas digitales, redes y páginas web.

Las redes cumplen un papel fundamental en la sociedad, según Flores, Morán, & Rodríguez, (2009) “Un punto importante a tenerse en cuenta en las redes sociales es el término “efectos de red” que hace referencia al valor de una red con respecto al crecimiento de sus usuarios”.

Por otra parte, la comunicación que emiten los medios de comunicación audiovisuales a través de sus plataformas digital, redes sociales, deben apoyarse en herramientas que ganen aceptación por parte de la audiencia.

Sin dejar de mencionar a Díaz (2012) que en su escrito acerca de la Innovaciones Periodísticas en Redes Sociales, menciona “Las redes sociales mantienen un difícil equilibrio entre la atracción de las comunidades y su explotación comercial, entre mantener entretenido al usuario y hacerlo participar entre el consumo y la creación de contenidos”.

A continuación, se presenta una muestra de frases que se deben incorporar en una redacción para redes.

Y es que las frases erróneas se siguen visualizando en las redacciones de las fans page en la actualidad, que sencillamente pueden ser representadas por frases más cómodas es decir, las correctas.

<b>Incorrecto</b>	<b>Correcto</b>
En base a este video respóndamen	Con base a este video respóndame
En la publicación pasada, hubieron 200 comentarios positivos.	En la publicación pasada hubo 200 comentarios positivos.
Pueden seguir leyendo la noticia en el enlace que se muestra a continuación.	Para acceder al desarrollo completo de la noticia, diríjase al siguiente enlace.

**Tabla 2: Redacción en Redes Sociales**

**Fuente: Elaboración por Paul Enríquez Muñoz**

Los medios de comunicación audiovisuales deben de adaptarse a los avances que muestran las plataformas como redes, en este ámbito hace referencia (Túñez & García, 2011) a que “Los medios de comunicación tienen una asignatura pendiente con las redes sociales: adaptarse para sobrevivir debe ser la máxima proliferación de medios sociales para hacer reaccionar a las empresas periodísticas a que se adapten a la nueva audiencia y desarrollen nuevos negocios”.

La información en redes cumple un rol fundamental, considerando que es una carta de presentación digital que utilizan los medios audiovisuales. Una emisión eficazmente proporcionada garantiza el compromiso entre el medio y la audiencia.

Las redes sociales como plataformas incorporadas a los medios audiovisuales tienden a compartir información de carácter netamente profesionales, muchos generalizan que las redes son exclusivamente de acceso a un solo tipo de información.

Según Salvador, Olivera, & Sánchez (2014) “Los medios de comunicación han integrado las redes sociales en la estrategia empresarial y de contenidos, lo que se ha convertido en una buena forma de captar audiencia y fidelizar usuarios”.

Dentro de este aporte que hacen estos autores, existen fragmentos esenciales que se debe incorporar en las redes para captar mayor atención de usuarios, sin embargo, otro autor expone lo siguiente.

García (2014) indica que, “desde el principio las redes sociales fueron entendidas como canales donde difundir y distribuir mensajes periodísticos, pudiendo alcanzar un mayor espectro del público. Además, las generaciones más jóvenes están menos habituadas al consumo periodístico optando cada vez más por medios multimedia”.

Después de haber analizado estos conceptos esenciales de grandes escritores se puede agregar un modelo o diseño de un manual que permita ganar mayor captación de la audiencia.

Una muestra que hace Narvárez (2017) de un diseño de un manual de redacción periodística en redes sociales para medios impresos.

**Gráfico 1: Manual de Redacción**



**Fuente: Juan Narvárez Suárez**

El manual de diseño para redacción en redes sociales que muestra Narváez en su investigación, es un modelo el cual se basó en medios impreso, haciendo referencia a que su investigación parte desde la observación, en el diseño presentado por el autor, da pautas de cómo seguir un lineamiento al momento de hacer una redacción para estos medios de comunicación y exponerlo en las diferentes plataformas o redes sociales con la que cuenta.

En la actualidad, los medios de comunicación audiovisuales están integrado a un círculo de competencia a nivel mundial, gracias al avance de la tecnología todos pueden emitir una información a través de las redes sociales.

Hay que ganar territorio en audiencia por la calidad de contenido proyectado en su totalidad la red social más visitada por usuario es Facebook.

Para las doctoras en investigación Salvador & Gutiérrez (2010) “Las radios han encontrado en la red social Facebook la mejor aliada para crear comunidades de miles de personas que comparten su afición al mismo programa de radio, un total de 350.000 fans según datos del informe”.

Otro punto apreciado en su investigación es, que la sociedad es definitivamente audiovisual en el cual se encuentran ligados los mensajes y funciones de los medios. “En la reconocida confluencia industrial de los nuevos servicios y contenidos multimedia interactivos, los archivos audiovisuales poseen un valor estratégico social y comercial”.

Los medios de comunicación radiofónicos en la actualidad están proyectando información a través de sus fans page, ciertos medios publican el mismo tema que se lo transmite en las cabinas radiales, esto conlleva a mantener informada a la ciudadanía.

A medida que la tecnología avanza llegan nuevos procesos tecnológicos el cual requiere que el ser humano se adapte a ella, unos de los canales de información son los medios de comunicación es donde la audiencia se informa acerca de los nuevos cambios.

Un mecanismo que utilizan los medios de comunicación en la actualidad son las redes sociales considerando que un 88% de la población goza de la misma, es por ello que la red social se emplea de la siguiente manera:

Partiendo de que las redes sociales son una estructura que conecta a dos o más personas, si lo aterrizamos a nivel digital, la Real Academia Española (2016) define una red social online como “una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios. (Caraballo, 2017, pág. 35)

Las plataformas digitales son sencillamente un soporte donde se exponen temas que sin duda alguna despierta el interés para quienes visitan dicho espacio, temas que se incorporan en las plataformas, así como las fans page son: Innovadores, novedosos, de actualidad y sobre todo de entretenimiento, estos son los temas que más se encuentran en las fans page en la actualidad.

Otro concepto que se establece para los medios que comparten o difunden información a través de una red social es el que le da Hütt (2015) “Desde esta perspectiva, Internet ha facilitado la creación de espacios de interacción virtual innumerables, constituyéndose en un medio de interacción social cada vez más común y utilizado por diversos tipos de usuarios en el mundo. “Internet está cambiando la sociedad y está transformando la manera en que las empresas venden sus productos y sus servicios”.

## **CAPITULO 3**

### **METODOLOGÍA**

La metodología utilizada y aplicada a la presente investigación es de corte cuantitativa y cualitativa, en la cual se medirán diferentes aspectos mediante el abordaje de datos numérico, de forma sistemática y objetiva a través de encuestas a la ciudadanía milagreña, específicamente a los habitantes de la ciudadela Las Piñas. Cualitativa, porque se considerará la realización de entrevistas al personal de la Radio Atalaya para la medición de factores importantes que facilitarán el desarrollo de la investigación

El diseño de investigación es descriptivo, el cual permitirá establecer características del problema abordado.

#### **Tipo de Investigación**

##### **Investigación descriptiva**

Como su nombre lo indica, la investigación descriptiva se encarga de describir el fenómeno o situación de forma concreta, como lo afirma Morales, “en caracterizar indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores” (Morales, 2012, pág. 36).

Este tipo de investigación, no solo se basa en recolección de datos, sino en la relación de dos o más variables que permitan identificar estudiar de forma minuciosa el hecho para la recolección y análisis de los antecedentes.

## Diseño de Investigación

### Enfoque cualitativo

A través de este enfoque se permiten determinar resultados mediante el estudio del fenómeno en su contexto natural e interpretándolo desde las personas a las que ha influido.

“La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. Los investigadores siguen un diseño de investigación flexible, comenzando sus estudios con interrogantes vagamente formuladas” (Medina, 2017).

### Enfoque cuantitativo

Es el método que permite examinar los resultados desde un abordaje numérico de carácter objetivo y para su obtención la investigación entre la naturaleza del estudio debe ser lineal.

Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos. Los elementos constituidos por un problema, de investigación Lineal, se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación. (Mendoza, 2006, pág. 3). Sampieri, et al, 2010, también establece diferencias entre cada uno de los enfoques:

**Tabla 3 Diferencias entre Enfoque Cualitativo y Cuantitativo**

DEFINICIONES (DIMENSIONES)	ENFOQUE CUANTITATIVO	ENFOQUE CUALITATIVO
<b>Marcos generales de referencia básicos</b>	Positivismo, neopositivismo y pospositivismo	Fenomenología, constructivismo, naturalismo, interpretativismo
<b>Punto de partida*</b>	Hay una realidad que conocer. Esto puede hacerse a través de la mente.	Hay una realidad que descubrir, construir e interpretar. La realidad es la mente.
<b>Realidad a estudiar</b>	Existe una realidad objetiva única. El mundo es concebido como externo al investigador.	Existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales varían en su forma y contenido entre individuos, grupos y culturas. Por ello, el investigador cualitativo parte de la premisa de que el mundo social es “relativo” y sólo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores estudiados. Dicho de otra forma, el mundo es construido por el investigador.
<b>Naturaleza de la realidad</b>	La realidad no cambia por las observaciones y mediciones realizadas.**	La realidad sí cambia por las observaciones y la recolección de datos.
<b>Objetividad</b>	Busca ser objetivo	Admite subjetividad.

<b>Metas de la investigación</b>	Describir, explicar y predecir los fenómenos (causalidad). Generar y probar teorías	Describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes
<b>Lógica</b>	Se aplica la lógica deductiva. De lo general a lo particular (de las leyes y teoría a los datos).	Se aplica la lógica inductiva. De lo particular a lo general (de los datos a las generalizaciones —no estadísticas— y la teoría).
<b>Relación entre ciencias físicas/naturales y sociales</b>	Las ciencias físicas/naturales y las sociales son una unidad. A las ciencias sociales pueden aplicárseles los principios de las ciencias naturales.	Las ciencias físicas/naturales y las sociales son diferentes. No se aplican los mismos principios.

**Fuente:** (Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014)

### Enfoque Mixto

El enfoque mixto es la combinación del enfoque cualitativo y cuantitativo. Ambos enfoques se encararán de analizar mediante técnicas, métodos o instrumentos para la recolección de datos a través de procesos cuidadosos y minuciosos con el objetivo de validar o descartar el conocimiento ya existente del fenómeno como objeto de estudio. Según Sampieri, et al, 2010, ninguno de los dos enfoques es más que el otro, pues cada uno atribuye excelentes resultados a la investigación desde diferentes técnicas de recolección de datos, “Ninguno es intrínsecamente mejor que el otro, sólo constituyen diferentes aproximaciones al estudio de un fenómeno” (Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

A continuación se hará una comparación del Fan page con el medio de comunicación audiovisual Radio Atalaya del cantón Milagro y la Radio Forever de la ciudad de Guayaquil.

### Radio Forever-Guayaquil



**Gráfico 2:** Noticias de la Fan Page RadioForever

**Fuente:** <https://www.facebook.com/RadioForever925-238822872808395/>

Al incluir una redacción acompañada con su respectiva foto, el Fan Page Radioforever utiliza el hashtag relacionado al tema que se está tratando incorporando emojis representativos de lo que se quiere decir, el diagrama de la foto contiene el logotipo de la Radio y a su vez las la manera de contactarlos a través de otra red social de la Radio como Instagram y Twitter. También se incluye el enlace en cual las personas pueden acceder para leer la noticia completa desde su página web.

## Radio Atalaya-Milagro

Gráfico 3: Noticias de la Fan Page Radio Atalaya



Fuente: <https://www.facebook.com/radioAtalayadeMilagro/>

La información proporcionada no es propia del medio de comunicación, a pesar de ser corta y carece de estructura que permita responder a las preguntas básicas de la comunicación el ¿qué, quién, cómo, cuándo y dónde? También existe el inadecuado uso de la ortografía y autonomía sintáctica.

## Población y Muestra

### Población

Las encuestas se aplicarán al campo de estudio en este caso serán aplicadas a la ciudadanía del cantón Milagro con un número de habitantes de 166.634. Por otra parte, la entrevista será realizada al propietario de la Radio Atalaya del mismo Cantón, de esta manera se conocerán datos específicos del manejo de la información del fan page de la radio.

### Muestra

El cantón Milagro, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), tiene un total de 166.634 entre 83.241 mujeres y 83.393 hombres, es decir un porcentaje igualitario del 50%.

La muestra representa un subconjunto de la población, obtenido a través de la fórmula del método estadístico para determinar la muestra en universos grandes, en este caso como instrumento para la recolección de datos se aplicará una encuesta a la muestra de 144 habitantes del Cantón.

## Tamaño de la muestra

**Tabla 4: Método estadístico para determinar la muestra en universos grandes**

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} =$$

$$\frac{166.634 * (95\%_c * 0,3)^2}{1 + (0,3^2 * (166.634 - 1))} = 144$$

$$n = 144$$

**Fuente:** <http://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>

**n:** tamaño de la muestra

**N:** tamaño de población

**E:** error, se considera el 3%, E=0,03

**a:** nivel de confianza, que para el 95%, z=1,96

## Hipótesis

Si se diseña un manual de redacción periodística utilizando las redes sociales, y aplicado a la Radio Atalaya de la ciudad de Milagro permitirá el manejo adecuado de la redacción y contenidos difundidos a la ciudadanía del Cantón Milagro.

## CAPITULO 4

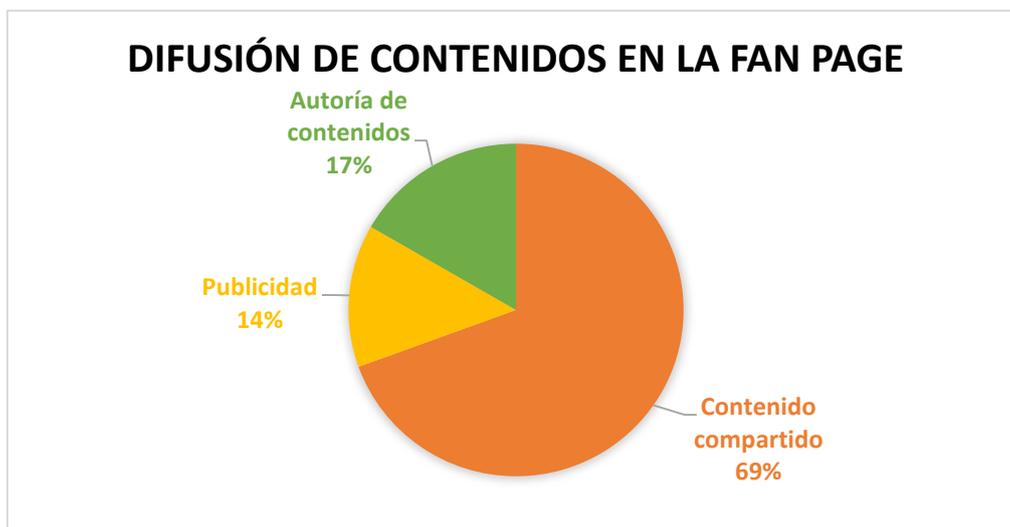
### RESULTADOS OBTENIDOS

Después de haber realizado la investigación acerca del tema: Diseño de un manual de estilo de redacción periodística en redes sociales para medios audiovisuales de la ciudad de Milagro.

A través de una entrevista realizada al propietario de Radio Atalaya, Raúl Martínez y se pudo obtener la siguiente información; el medio de comunicación radiofónico Atalaya, fue fundada en el año de 1959 empezando con solo 2 comunicadores. En la actualidad cuenta con 4 empleados laborando dentro del medio de comunicación de los cuales solo 1 posee título de tercer nivel en el área de la comunicación social y 3 empíricos estudiantes de la carrera de Comunicación Social (Martinez, 2019).

Por otra parte, el encargado de difundir las notas periodísticas a través de la fan page, es un estudiante de la Comunicación Social. El medio local Atalaya, mediante la difusión de contenidos busca ganar mayor aceptación de la comunidad milagreña.

**Gráfico 4: Difusión de contenidos en la fan page**

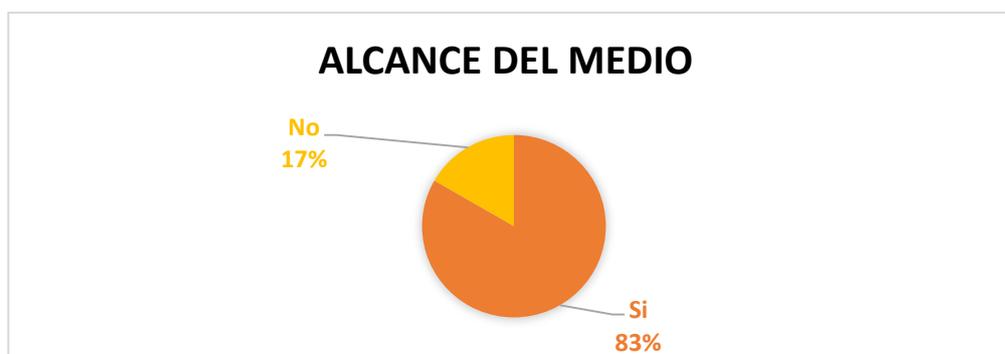


**Fuente: elaboración propia**

Mediante la aplicación de las encuestas a una muestra de 144 habitantes del cantón Milagro, se pudo evidenciar los siguientes resultados a los cuales se los ha representado a través de gráficos estadísticos:

El 69% de contenido difundido en su fan page es compartido de otro medio de comunicación, el 14% consiste en publicidad y contenido de imágenes con pie de fotos, y finalmente el 17% emite contenido de su autoría, es decir que, el menos porcentaje son contenidos elaborados por el medio de comunicación y son redacciones cortas con imágenes y pie de foto.

**Gráfico 5: Alcance del medio**



**Fuente: elaboración propia**

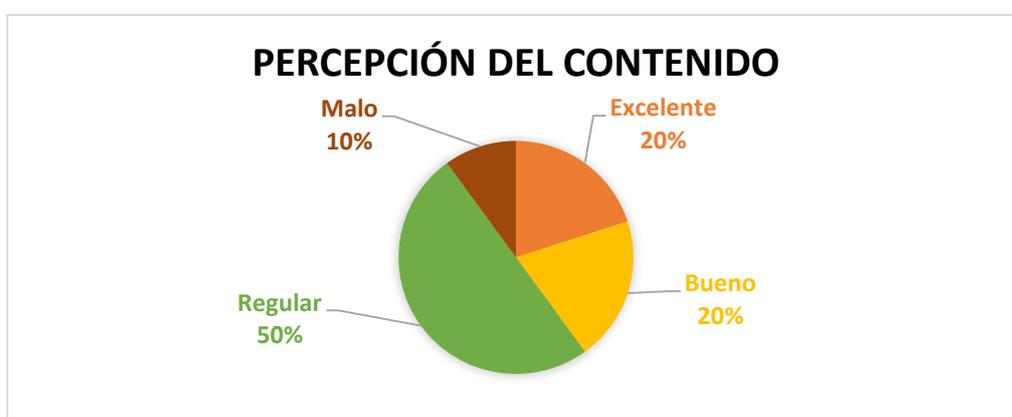
Por otra parte, el 83% de la población milagreña dice conocer el medio de comunicación radiofónico Radio Atalaya, mientras que un 17% menciona no conocerlo.

**Gráfico 6: Frecuencia de visita a la fan page**



**Fuente: elaboración propia**

Asimismo, para conocer con qué frecuencia visitan la fan page del medio local, la comunidad milagreña menciona lo siguiente: el 70% visita el fan page con frecuencia, mientras que el 14% indica que lo hace casi siempre, un 10% siempre y para los que dijeron nunca se establece con un 6%.



**Gráfico 7: Percepción del contenido**

**Fuente: elaboración propia**

La ciudadanía milagreña califica de la siguiente manera los contenidos que emite el medio de comunicación a través de su fan page: un 20% como contenido excelente, un 20% para el contenido bueno y malo, y como un punto final el 40% para emisión de contenido regular.

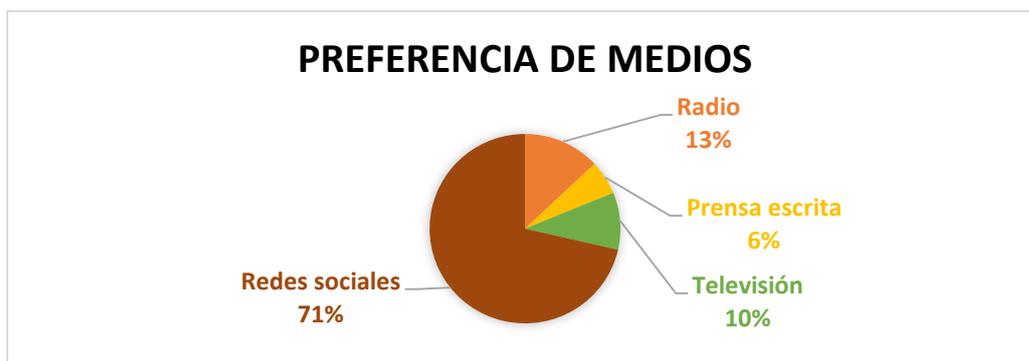


**Gráfico 8: Contenido**

**Fuente: elaboración propia**

La comunidad milagreña prefiere mantenerse informada a través de las redes sociales considerando que es el acceso con mayor acercamiento, asimismo mencionan que prefieren contenidos actuales con un porcentaje de 67%, seguido de sucesos con el 23%, entretenimiento se clasifica con un 7% y otro 3% para la difusión de deporte.

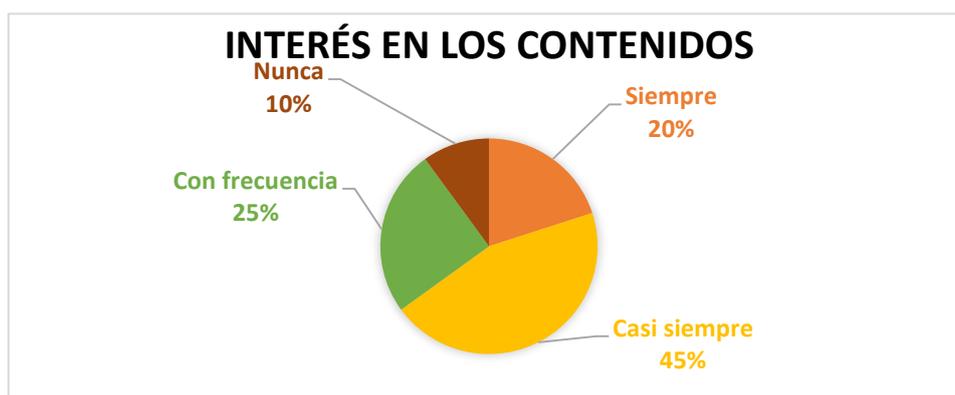
**Gráfico 9: Preferencia de información**



**Fuente: elaboración propia**

Actualmente la mayor parte de la ciudadanía milagreña prefiere estar informada a través de medios digitales así representan los resultados de la encuesta al momento de preguntar a los milagreños cuál es su principal fuente de información, un 71% prefiere las redes sociales, un 10% la televisión, seguido por medio radiofónico con un 13% y por último un 6% prefiere prensa escrita.

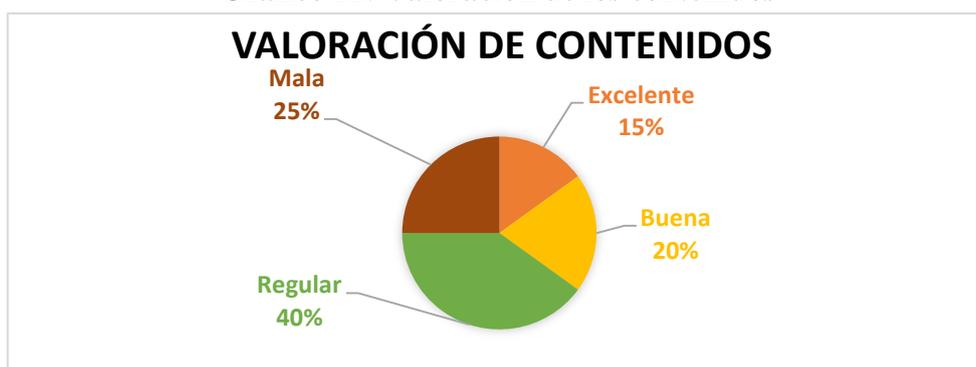
**Gráfico 10: Interés en los contenidos**



**Fuente: elaboración propia**

La información emitida a través de su red social fan page, casi siempre despierta interés para los ciudadanos milagreños con un 45% de aceptación mientras que los 55% se dividen, siempre, con frecuencia y nunca.

**Gráfico 11: Valoración de los contenidos**



**Fuente: elaboración propia**

La apreciación que tiene el medio local por la comunidad milagreña al momento de redactar una información en su red social, se presenta a continuación: un 40% de redacción regular, mientras que 60% se divide entre, excelente, buena y mala.

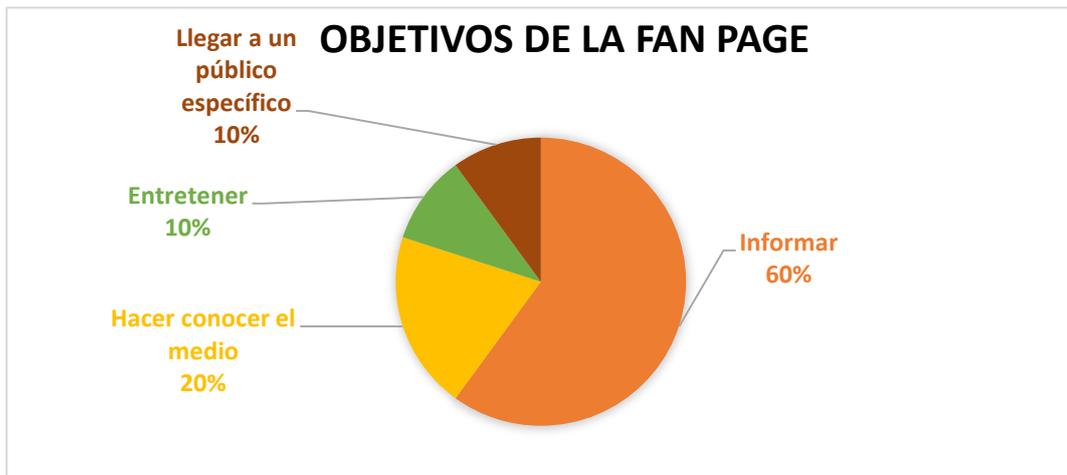
**Gráfico 12: Estructura del contenido**



**Fuente: elaboración propia**

Los elementos necesarios para que el medio de comunicación radiofónico gane mayor aceptación por parte de los moradores del Cantón Milagro, es que tenga información de su autoría, según las encuestas se establece con 50% de preferencia de ver contenido netamente del medio, mientras que los 50% restante se lo divide en colores adecuados, calidad de contenidos y redacción precisa.

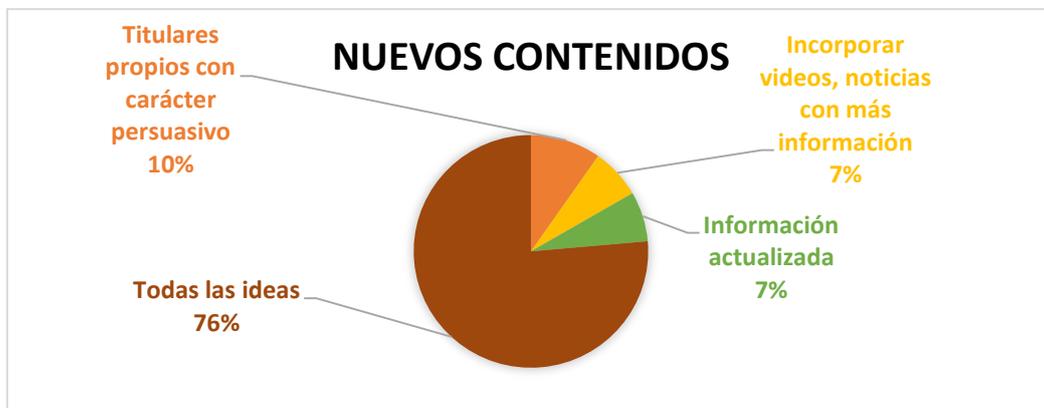
**Gráfico 13: Objetivo de la fan page**



**Fuente: elaboración propia**

Al preguntarle a la ciudadanía si conocen el objetivo por el cual fueron creadas las redes sociales de un medio de comunicación, el 60% coincidió que fueron creadas para informar, otro 20% señaló que se crearon para dar a conocer al medio, por otra parte el 10% dijo que son para llegar a un público en específico y otro 10% para entretener.

**Gráfico 14: Elaboración de contenidos**



**Fuente: elaboración propia**

Para definir los contenidos que llamaría el interés del público desde su propia perspectiva se planteó la sugerencia de los contenidos que aportarían en la información del medio de comunicación; 7% de la ciudadanía propuso y sugirió que se elaboren contenidos con información actualizada, el 7% coincidió incorporar videos y noticias con más información, otro 10% indicó que deberían tener titulares propios con carácter persuasivo o llamativo y por último con un mayor porcentaje de 76% la ciudadanía sugiere incorporar todas las ideas, es decir que el contenido sea completo.

# Manual de estilo de redacción periodística aplicado a las redes sociales en la Radio Atalaya del cantón Milagro

## Estructura

Gráfico 15: Propuesta



Fuente: elaboración propia

## **CAPITULO 5**

### **CONCLUSIONES**

- Mediante los resultados abordados a través del análisis de los contenidos publicados en la fan page de la radio Atalaya a través de la entrevista y encuestas se concluyó que carece de contenidos de elaboración y la redacción es demasiado breve, debido a que los profesionales encargados de la publicación de contenidos no cuentan con la capacitación necesaria para el manejo de la información redes sociales. También, se evidenció que a la ciudadanía, le atrae más los contenidos de sucesos y actualidad locales que contengan producción de recursos audiovisuales o una redacción breve, pero clara y concisa, de esta manera los milagreños optarán por definir la fan page como una de sus favoritas al momento de estar informados.
- La presente investigación ha guiado a establecer una comparación entre la fan page del medio radiofónico Atalaya del cantón Milagro y del medio nacional, Radio Forever 92.5 FM de la ciudad de Guayaquil, se evidenció que el medio nacional emite contenidos con un 80% su autoría, acompañado de una redacción corta y titulares que cautivan al lector seguir leyendo toda la información.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Albarello, F., Canella, R., & Tsuji, T. (2005). Procesos Digitales como Estrategias de Comunicación para la Reducción de la Brecha. *Razón y Palabra*, 45.
2. Carballo, C. S. (06 de 06 de 2017). *Diposit digital de documents UAB Estrategia y creatividad digital*. Obtenido de Estrategia y creatividad digital: [https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl\\_2072\\_300433/00\\_-\\_TFM\\_Sadery\\_Carballo.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_300433/00_-_TFM_Sadery_Carballo.pdf)
3. Díaz, A. R. (19 de 12 de 2012). *Innovaciones periodísticas en las redes sociales, periodismo, iconos audiovisuales y redes sociales*. Obtenido de El repositorio de la producción académica en abierto de la UCM: [https://eprints.ucm.es/19917/1/Cybermedia2\\_CAPIT8-1.pdf](https://eprints.ucm.es/19917/1/Cybermedia2_CAPIT8-1.pdf)
4. Flores, C. J., Morán, C. J., & Rodríguez, V. J. (12 de 10 de 2009). *sociales*. Obtenido de LAS REDES SOCIALES: <https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>
5. Franco, J. d. (10 de 9 de 2016). *Repositorio institucional de la Universidad de León MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL*. Obtenido de MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL: [https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K\\_GMIM\\_Septiembre21.pdf?sequence=1](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K_GMIM_Septiembre21.pdf?sequence=1)
6. García, E. N. (31 de 3 de 2014). *Departamento de periodismo II. Presencia de redes sociales y medios de comunicación Representacion y Participacion Periodistica en el nuevo Contexto Social*. Obtenido de Depósito de Investigación Universidad de Sevilla: [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/15976/P\\_T.D.\\_PROV26.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/15976/P_T.D._PROV26.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
7. González, D. L. (4 de 10 de 2018). *Cultura media y tecnología*. Obtenido de Cultura media y tecnología La programación en la radio tradicional: [https://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt\\_33\\_01\\_GonzalesDiaz.pdf](https://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_33_01_GonzalesDiaz.pdf)

8. Hütt, H. H. (24 de 03 de 2015). *Ready2020 LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. Obtenido de LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN:  
<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
9. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Obtenido de Estadísticas Sociales:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
10. Ley Orgánica de Comunicación. (2017). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN*. Quito.
11. Marquéz, O. (2002). *El proceso de la investigacion en los procesos sociales*. Venezuela : Universidad Ezequiel Zamora .
12. Martínez, R. (5 de agosto de 2019). Entrevista acerca del Medio de Comunicación Radio Atalaya. (P. Enriquez, Entrevistador)
13. Medina, M. I. (2017). *Enfoque Cualitativo*. Obtenido de Eumed.net:  
[http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque\\_cualitativo.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)
14. Mendoza, P. R. (2006). *Investigación cualitativa y cuantitativa Diferencias y limitaciones*. Obtenido de Academia. edu:  
[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31340456/investigacion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DContributors\\_Sep.\\_1977.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190807%2Fus-east-1%2Fs3%2F](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31340456/investigacion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DContributors_Sep._1977.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190807%2Fus-east-1%2Fs3%2F)
15. Morales, F. (Septiembre de 2012). *Cooperación Euro Red Americana para el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Conozca 3 tipos de Investigación: descriptiva, exploratoria y explicativa:  
<http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
16. Morán, S. (Agosto de 2015). *El auge de los medios nativos digitales en Ecuador*. Obtenido de FundaMedios: <http://www.fundamedios.org/el-auge-de-los-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>

17. Narvaez, S. J. (13 de 1 de 2017). DISEÑO DE UN MANUAL DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA EN REDES SOCIALES PARA MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO. Milagro, Guayas, Ecuador: 1.
18. Salaverria, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. Obtenido de Reserachgate:  
[https://www.researchgate.net/publication/268810375\\_Redaccion\\_periodistica\\_en\\_internet\\_excerpt](https://www.researchgate.net/publication/268810375_Redaccion_periodistica_en_internet_excerpt)
19. Salvador, B. A., & Gutiérrez, D. M. (20 de 10 de 2010). *el profesional de la informacion Redes sociales y medios de comunicación*:. Obtenido de Redes sociales y medios de comunicación::  
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/14.pdf>
20. Salvador, B. A., Olivera, Z. M., & Sánchez, V. J. (2014). *REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Madrid: Editorial Fragua, pp. 709-729.
21. Sampieri, R. H. (1991). *METODOLOGIA DE LA INVSTIGACIÓN* . México : McGraw\_Hill.
22. Sampieri, R. H., Fernadez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Obtenido de Metodología de la Investigación 5ta Edición:  
[https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
23. Solis, L. M. (2016). La convergencia de las redes sociales y la radio como entorno significativo en la educación no formal. *Revista de la Universidad Nacional de Córdoba*, 9-23.
24. Túnñez, L. m., & García, J. S. (13 de 12 de 2011). *Las redes sociales en las estrategias de comunicación: del Prestige a Fukushima*. Obtenido de 147\_Las redes sociales en las estrategias de comunicacion:  
[http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions\\_cd/ok/147.pdf](http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/147.pdf)
25. VANEGAS, R. M. (26 de 8 de 2014). *La escritura y las redes sociales*. Obtenido de La escritura y las redes sociales:  
<http://repository.ut.edu.co/bitstream/001/1166/1/RIUT-BHA-spa-2014-La%20escritura%20y%20las%20redes%20sociales.pdf>

26. Yilin, D. (26 de 06 de 2014). *Diposit digital de documents de la UAB La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital*. Obtenido de La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital: [https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl\\_2072\\_240247/trabajo\\_final\\_del\\_master\\_de\\_DUAN\\_YILIN\\_.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl_2072_240247/trabajo_final_del_master_de_DUAN_YILIN_.pdf)