



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN: COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

ANÁLISIS DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL EN LA DIFUSIÓN DE LAS
NOTICIAS EN EL “DIARIO LA HORA” CANTÓN QUEVEDO AÑO 2022.

AUTORA:

JOSSELYN JOHANNA FUENTES RIQUERO

DIRECTOR:

ING. WILSON ROBERTO BRIONES CAICEDO, MBA

QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2022



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE
CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL**



DEDICATORIA

DEDICATORIA

En primer lugar, quiero dedicar esta tesina a Dios que está por encima de todo y de todos, iluminando mi camino, todos los días con su ayuda, he logrado superar las metas propuestas.

De manera especial dedico este trabajo a cada miembro de mi familia, quienes me han apoyado en cada paso que he venido realizando en mi vida, siendo fuente de inspiración para el logro de objetivos personales y profesionales.

El camino no ha sido fácil, pero los frutos de esta meta alcanzada son exquisitos, con mucho afecto y cariño.

Josselyn Fuentes



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi mayor agradecimiento, primero a Dios por brindarme salud, fuerzas, y sabiduría necesaria; a todas las personas que hicieron posible este trabajo de investigación y que de alguna manera estuvieron conmigo en los momentos difíciles, alegres y tristes.

A mi familia por el apoyo incondicional que me dan a diario, porque depositan su confianza en mí al enseñarme valores que nos ayudan a ser mejores personas y profesionales.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad Técnica de Babahoyo, por confiar en mí, abrirme sus puertas, a mis docentes por impartir sus conocimientos.

Josselyn Fuentes



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
RESUMEN



Los medios de comunicación, han sido sistemas que se emplean para transmitir la información, cumpliendo con la importante labor de informar una noticia. En Ecuador los medios de comunicación van desde de prensa escrita, televisiva, radio las cuales con el lapso del tiempo han ido evolucionando y adaptándose a las nuevas tendencias comunicacionales como la incorporación de tecnología que les permite producir, editar, generar enlaces en vivo en cuestión de minutos facilitando las tareas periodísticas a todos quienes trabajan en los diferentes medios de información. El objetivo de la presente investigación es *Analizar el lenguaje comunicacional en la difusión de las noticias en el “Diario La Hora” cantón Quevedo año 2022*, Para el desarrollo de la investigación, y selección de la información se aplicó, los métodos y tipos de investigación descriptiva, explicativas, analíticas que permiten seleccionar datos demostrando el alcance y resultados de la investigación donde señala que, al ser un medio de comunicación que tiene popularidad, debe hacer uso de los recursos lingüísticos más apropiados, para el empleo de un vocabulario, preciso, simple, verás informando con objetividad al proveer de conocimiento al público, respetando la verdad y actuando con profesionalismo en el ámbito que corresponde y como lo determina la ley; en conclusión Diario La Hora debe analizar y corregir errores, aplicar políticas de capacitación, manuales de redacción para desarrollar y publicar la información con propiedad, exactitud, autenticidad, de forma imparcial, como caracteriza el trabajo periodístico, para ser reconocido como un medio de comunicación confiable para la sociedad.

Palabras clave: Lenguaje comunicacional, Difusión de las noticias, Diario La Hora.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



ABSTRACT

The media have been systems that are used to transmit information, fulfilling the important task of reporting news. In Ecuador, the media range from the written press, television, radio, which over time have been evolving and adapting to new communication trends such as the incorporation of technology that allows them to produce, edit, generate live links in question. of minutes, facilitating journalistic tasks for all those who work in the different information media. The objective of the present investigation is to analyze the communicational language in the dissemination of the news in the "Diario La Hora" Quevedo canton year 2022, For the development of the investigation, and selection of the information was applied, the methods and types of investigation descriptive, explanatory, analytical that allow selecting data demonstrating the scope and results of the investigation where it indicates that, being a means of communication that is popular, it must make use of the most appropriate linguistic resources, for the use of a vocabulary, precise, simple, you will see reporting objectively by providing knowledge to the public, respecting the truth and acting with professionalism in the area that corresponds and as determined by law; In conclusion, Daario La Hora must analyze and correct errors, apply training policies, editorial manuals to develop and publish information with property, accuracy, authenticity, impartially, as journalistic work characterizes, to be recognized as a means of communication. reliable for society.

Keywords: Communicational language, News dissemination, La Hora newspaper

Contenido

TEMA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
1.INTRODUCCIÓN	1
2.DESARROLLO	3
2.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO	3
2.1 JUSTIFICACIÓN	3
2.2Objetivo.....	4
General.....	4
2.2.1 Específicos	4
2.3 SUSTENTO TEÓRICO.....	5
2.3.1 Marco conceptual.....	5
2.3.2 Lenguaje comunicacional	5
2.3.3Importancia de la comunicación	5
2.3.4 Análisis comunicacional	6

2.3.5	Importancia del análisis comunicacional	6
2.3.6	Objetivos del lenguaje comunicacional	7
2.3.7	Difusión de noticias	8
2.3.8	Redacción periodística	9
2.3.9	Géneros periodísticos.....	9
2.3.10	Producción de texto.....	10
2.4	Técnicas aplicadas para la recolección de la información.	11
2.4.1	Métodos.....	11
2.4.1.2	Deductivo.....	11
2.4.1.3	Inductivo	11
2.4.1.4	Analítico.....	11
2.4.2.1	Investigación descriptiva	12
2.4.2.2	Investigación explicativa	12
2.4.3.3	Investigación de campo.....	12
2.4.5	Técnicas	12
2.5	Resultados de la investigación	14
2.6	SITUACIONES DETECTADAS	23
2.7	SOLUCIONES PLANTEADAS	24
2.8	Conclusiones.....	26
2.8.1	Recomendaciones	27
	Bibliografía	28

ANEXOS	29
--------------	----

Indici de tablas

Tabla 1.- Medios de información	14
Tabla 2.- “Diario La Hora”	15
Tabla 3.-Frecuencia de compra	16
Tabla 4.-Comunicación objetiva	17
Tabla 5.-Redacción de la información	18
Tabla 6.-Sensacionalismo periodístico.....	20
Tabla 7.-Medios de comunicación	21
Tabla 8.- Lenguaje comunicacional	22

Indice de figuras

Figura 1.-Medios de información.....	14
Figura 2.-“Diario La Hora”	16
Figura 3.-Frecuencia de compra.....	17
Figura 4.-Comunicación objetiva.....	18
Figura 5.-Redacción de la información.....	19
Figura 6.-Sensacionalismo periodístico	20
Figura 7.-Medios de comunicación.....	21
Figura 8.-Lenguaje comunicacional.....	22

1. INTRODUCCIÓN

Es innegable la importancia del lenguaje, una cualidad muy importante que todos los seres humanos utilizan en todo el mundo, siendo la base sustancial que ha permitido estar informado de todo lo que sucede, además de poder expresarse mejor y comprender las ideas, dando origen al surgimiento de los medios de comunicación que fueron creados con el propósito de servir de canales de información para mantener informado de todo lo que acontece en cualquier lugar.

Los medios de comunicación, han sido sistemas que se emplean para transmitir la información, cumpliendo con la importante labor de informar, utilizando un lenguaje comunicacional fluido, cuidando las normas ortográficas, gramaticales al momento de redactar una noticia resaltando pulcritud al brindar la información, siendo preciso con lo que se quiere dar a conocer al público

En Ecuador los medios de comunicación han tenido una importante aceptación por parte del público. En el mercado han existido diferentes medios de comunicación de prensa escrita, televisiva, radio y que con el lapso del tiempo han ido evolucionando y adaptándose a las nuevas tendencias comunicacionales como la incorporación de tecnología que les permite producir, editar, generar enlaces en vivo en cuestión de minutos facilitando las tareas periodísticas a todos quienes trabajan en los diferentes medios de información.

Entre los medios que de gran popularidad resalta “Diario La Hora” es un medio de comunicación de prensa escrita, con una amplia trayectoria en el mercado comunicacional, brindando información de todo lo que sucede en el entorno quevedeño, provincial y nacional,

realizando reportajes, entrevistas de índole, políticos, deportivo, farándula, temas sociales, crónica roja con una alta demanda en su adquisición de prensa escrita.

“Diario La Hora”, se ha caracterizado por un estilo de redacción corta respetando el orden de presentación de las informaciones, emplea las líneas gramaticales sobre todo en reportajes en el ámbito político o empresarial, sin embargo cambia el lenguaje comunicacional cuando redacta la crónica roja, recurriendo a la exageración de la información con términos coloquiales de la noticia que se presenta lo que puede generar un impacto negativo al no ser prudente con lo que se escribe y como lo trasmite a al público.

La presente investigación se centra en analizar el lenguaje comunicacional, en la difusión de las noticias en el “Diario La Hora”, del cantón Quevedo, analizando el impacto que genera la forma como se presenta cada acontecimiento, género periodístico que emplea el medio de prensa, tratamiento de la información, normas de redacción periodísticas discerniendo los posibles problemas que se pueden generar en la redacción y difusión de la información.

Para el desarrollo de la investigación, y selección de la información se aplicó, los métodos y tipos de investigación descriptiva, explicativas, analíticas que permiten escoger datos, para proceder a usar la técnica de la encuesta a la población como involucrados determinando la aceptación y demandad que tiene el medio de comunicación que les permite siempre adquirirlo, información que será procesada para presentar en los resultados finales.

2.DESARROLLO

2.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Análisis del lenguaje comunicacional en la difusión de las noticias en el “Diario La Hora” cantón Quevedo año 2022.

2.1 JUSTIFICACIÓN

El propósito de la presente investigación se justificó por la importancia que tiene el lenguaje comunicacional en la difusión de las noticias de “Diario La Hora” del cantón Quevedo, al ser un medio de comunicación local de prensa escrita su contenido periodístico es diverso enfocándose en temas sociales culturales, políticos, económicos y crónica roja, emplea estructuras gramaticales de forma ágil, comprensible y sencillas sobre todo cuando toca temas políticos o empresariales.

Es trascendental porque se indagó en que los medios de comunicación concienticen en la forma como redactan las notas periodísticas. Diario La Hora ha empleado un lenguaje comunicacional claro, conciso y fluido de forma culta respetando el estilo de redacción, no obstante, cambia su lenguaje de forma sensacionalista al retractar la crónica roja donde en ciertos casos emiten juicios de valores influyendo en la opinión pública por la forma en como orienta y presenta los sucesos.

El desarrollo de la investigación beneficiará a la población quevedeña, para que adquieran un medio de comunicación donde puedan estar informados de todo lo que acontece de forma clara y objetiva, mostrando la realidad de lo que ocurre fomentando la libre expresión

y libertad de opinión. De la misma manera se busca beneficiar a los futuros profesionales los estudiantes de comunicación a que conozcan la importancia del lenguaje comunicacional utilizando las normas de redacción periodísticas, que resaltan su ética como profesionales y su responsabilidad con la sociedad con una de las más nobles labores como es el de informar.

2.2 Objetivo

2.2.1 General

- Analizar el lenguaje comunicacional que utiliza “Diario La Hora” en la difusión de las noticias en el cantón Quevedo año 2022.

2.2.2 Específicos

- Determinar el impacto que tienen las noticias difundidas por el “Diario La Hora” en el cantón Quevedo.
- Identificar parámetros del artículo 18 de la LOC que aplica “Diario La Hora” en la difusión de la información en el cantón Quevedo.
- Establecer si la información que se publica cumple con los estándares periodísticos necesarios para difundir las noticias.

2.3 SUSTENTO TEÓRICO

2.3.1 Marco conceptual

2.3.2 Lenguaje comunicacional

La comunicación, es construir con el otro un entendimiento común sobre algo. Es el fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten en la frontera. El entendimiento común no quiere decir concordancia total con los enunciados envueltos en el intercambio. El entendimiento puede ser la conclusión de las conciencias que discrepan de los enunciados una de otra. El lenguaje despunta, entonces, como objeto cultural de percepción del otro. El lenguaje se convierte en el plano en el cual la zona de encuentro puede ser diseñada mediante el diálogo.

Se conocer también que la comunicación el fenómeno de encuentro de planos cognitivos que por la percepción del otro son arrastrados hacia una frontera creativa de nuevas formas cognitivas., (Brönstrup, Godoi, & Ribeiro, 2017).

2.3.3 Importancia de la comunicación

La importancia de la comunicación radica en que es la forma para tratar de entendernos los unos a los otros. En otras palabras, es la herramienta para relacionarnos, obtener lo que necesitamos o aquello que queremos y para expresar lo que somos.

Así que comunicar no sólo tiene que ver con la relación entre las personas, sino también con la interacción entre empresas o transmitir valores e información de manera correcta, (Rivero, 2017).

2.3.4 Análisis comunicacional

El análisis comunicacional se identifica y examinan los aspectos gráficos que todo el personal involucrado en la tienda elabora, diseña, utiliza y emite a su público receptor, a través de diferentes instrumentos, medios y aplicaciones, que forman parte de su modelo de negocio; se orienta la exploración hacia la carga conceptual que estos elementos poseen y manifiestan, de manera silenciosa y sugestiva, pero también visible al consumidor.

Este estudio es importante en el campo de la comunicación organizacional, debido a que es un tema poco explorado, tratado y utilizado dentro de esta rama. Si bien es cierto en esta especialidad se tratan contenidos acerca de estrategias de comunicación externa y diferentes elementos visuales que ayudan a crear la identidad de marca o empresa, no se llega a conocer en detalle la manera en que funcionan y se manejan estas estrategias externas dentro de cada organismo o institución, con la finalidad de que el consumidor se llegue a identificar con lo que la empresa dice y hace, (Rivera, 2018).

2.3.5 Importancia del análisis comunicacional

La importancia del análisis comunicacional eficiente sienta la base principal para el entendimiento entre las personas, es fundamental para desarrollar y aplicar el resto de habilidades y conseguir la consecución de los objetivos de cualquier organización empresarial.

De hecho, la comunicación en la empresa ocupa la mayor parte de la jornada laboral de sus miembros. Con esto se demuestra que el desarrollo de esta habilidad es de suma importancia a la hora de gestionar una entidad. En este sentido, los líderes eficientes deben ser comunicadores eficaces y poseer capacidad para hablar, escuchar, leer y escribir ya que utilizan la comunicación con múltiples fines.

Se utiliza para motivar a los subordinados explicando las metas a conseguir y los resultados que se persiguen, así como si se sigue el camino correcto para su consecución. Un grupo sin directrices precisas para el desempeño del trabajo no sabrá que protocolo de acción tiene que adoptar. También se utiliza para expresar las diferentes emociones con el resto del grupo. Una buena comunicación facilita la toma de decisiones puesto que se utiliza para recoger información necesaria para la gestión, (Calle, 2018).

2.3.6 Objetivos del lenguaje comunicacional

1) Desarrollar en el público objetivo la capacidad crítica ante la información que recibe y ofrecerle las herramientas necesarias para comprender y evaluar los mensajes que se ofrecen en los medios de comunicación.

2) Despertar entre los jóvenes una actitud activa y responsable ante los medios.

4) Fomentar la cultura audiovisual como herramienta de generación de contenidos de calidad y promover su relación con las funciones de los medios de comunicación, en general, y el periodismo en particular.

3) Impulsar una actitud crítica imprescindible en los centros de educación secundaria de Jerez de la Frontera, en concreto los que se localizan en la zona sur y norte de la localidad y en su entorno rural, con el fin de potenciar estas habilidades en la comunidad educativa en zonas de transformación social.

5) Imbuir a los adolescentes en una actitud reflexiva y responsable en torno a la imagen que se ofrece de hombres y mujeres, tanto desde la perspectiva social y cultural como de la meramente física y estética.

6) Promover los valores de igualdad, justicia y equidad en relación con las informaciones y contenidos que aparecen en los medios relativos a colectivos de personas con nacionalidades y procedencias geográficas diferentes a la española.

4) Incluir a familias y/o tutores legales y grupo docente para que, tanto en el entorno escolar como en el familiar, los menores encuentren referentes y modelos que le sirvan para asimilar por completo en su día a día esa actitud ante los medios de comunicación, (Lallavedelacomunicacion, 2022).

2.3.7 Difusión de noticias

El concepto de difusión de noticias ha sido notablemente influenciado por el trabajo de, para quien las noticias pueden ser examinadas desde el punto de vista de la “prominencia”, un concepto que expresa el grado de importancia de un evento noticioso considerado por los individuos. Por tal razón, se entiende que, de todos los canales de comunicación disponibles en el espectro mediático, el público escoge y estructura las noticias que consume.

Uno de los aspectos más relevantes en la rápida e innovadora evolución del ambiente digital en la última década ha sido la implementación de herramientas en Internet para extender las redes de comunicación, ampliando el target de los medios. Por lo tanto, se deduce que los medios de comunicación alrededor del mundo han optado por el uso de herramientas interactivas y medios sociales para publicar, informar e interactuar con sus lectores y audiencias, (Arcila, Barbosa, & Aguaded, 2019).

2.3.8 Redacción periodística

La redacción periodística es el estilo de redacción que se utiliza para informar noticias en periódicos, transmisiones de televisión, radio e Internet. A diferencia de otros estilos de escritura, que pueden ser flexibles y casuales, las características de la escritura periodística son bastante fáciles de detectar. Por ejemplo, si abrió un libro en un capítulo y lo colocó al lado de un artículo de periódico.

Además de su brevedad, las noticias tienen una estructura particular que es fácilmente reconocible. El título grande y en negrita, por ejemplo, pretende captar la atención de los lectores, mientras que la primera oración o párrafo presenta la historia para que el lector sepa qué esperar, (Laedu, 2021).

2.3.9 Géneros periodísticos

Los textos en periodismo se dividen por sus contenidos de carácter informativo, interpretativo o híbrido. Si hablamos de los géneros informativos en ellos están la noticia, la entrevista y el reportaje. En el periodismo de opinión se encuentran el artículo y el editorial, y

los que conforman los de tipo híbrido son la crónica y la columna. Es importante mencionar que los géneros se pueden complementar con elementos de otro tipo de narrativas. Por ejemplo, se enriquecen con el cuento, el ensayo y la novela.

La noticia: Se encarga de alimentar al resto. Su objetivo es transmitir todo hecho cotidiano de interés público de manera puramente informativa.

La entrevista: se usa como recurso de investigación para todos los géneros periodísticos. Su importancia recae en cómo se elaboran las preguntas para obtener las mejores respuestas.

Reportaje: El reportaje es el más completo de los géneros periodísticos porque en él pueden estar todos los demás. Incluso, tiene relación con lo literario y se asemeja con la novela corta y el cuento, (Esneca, 2022).

2.3.10 Producción de texto

Producir textos, redactar es un proceso constructivo que implica poner en funcionamiento procesos de pensamiento y el despliegue de habilidades lingüísticas, cognitivas y afectivas. Es un proceso de elaboración de ideas y una tarea lingüística de redacción, que trabaja con ideas y con palabras para darle forma a las ideas” con sentido lógico coherencia. El acto de escribir es un acto de comunicación entre los seres humanos, donde se expresan sentimientos y saberes sobre algún tema o experiencia. Allí el sujeto comparte su ser, por tanto, debe expresarse de manera clara y organizada para que su receptor comprenda, (Studocu, 2018).

2.4 Técnicas aplicadas para la recolección de la información.

2.4.1 Métodos

2.4.1.2 Deductivo

Se empleó para analizar el lenguaje comunicacional que utiliza “Diario La Hora” en la difusión de la información, evaluando como presentan las noticias que luego serán mostradas al público determinando, si usan las normas de redacción, desarrollando un lenguaje claro y sencillo en todos los textos informativos del contenido que presenta el medio de comunicación.

2.4.1.3 Inductivo

Permitió indagar en las notas periodísticas que difunde “Diario La Hora”, titulares, entradas y desarrollo de la información analizando el impacto que genera en la población en su forma de utilizar el lenguaje como medio para llegar al público.

2.4.1.4 Analítico

Analiza la redacción periodística que utiliza el medio de comunicación, género periodístico que aplica, estrategias de contenido marketing para vender más, formatos de presentación y publicación determinado las características de cada uno de ellos.

2.4. 2 Tipos de investigación

2.4.2.1 Investigación descriptiva

Se utilizó para describir de forma detallada como el “Diario La Hora” hace uso del lenguaje comunicacional y difunde las noticias que son redactadas diariamente y puestas a disposición de los quevedeños investigando en el efecto que estas tienen, y si se tiene cuidado de la redacción periodística al momento de ser publicadas.

2.4.2.2 Investigación explicativa

Permitió de formar interpretativa indagar en los efectos que tienen el lenguaje comunicacional que utiliza el “Diario La Hora” a la hora de difundir noticias, si estas contienen tintes sensacionalistas en sus diferentes géneros periodísticos que utilizan al redactar.

2.4.3.3 Investigación de campo

Se empleará para recopilar información de forma más directa con la realidad, por ello se elabora una encuesta a la población quevedeña indagando en las opiniones sobre la difusión de las noticias que presenta “Diario La Hora”.

2.4.5 Técnicas

La técnica seleccionada para el desarrollo del proceso investigativo es mediante la técnica de la encuesta, donde se procederá a desarrollar un cuestionario de preguntas, que serán

detalladas de manera concreta al encuestado, con opciones abiertas y cerradas para que sean respondidas de forma inmediata.

Instrumentos

- ✓ Encuestas

2.4.9 Población y muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se procederá a tomar como referencia la población quevedeña donde circula el medio de comunicación, actualmente el cantón cuenta con una población de 173 575 habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y una población económicamente activa de acuerdo a la (PEA) que se ubica desde los 5 años a los 65 años quienes ya ejercen el comercio en el cantón.

Total, de Encuestas a realizar:

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{173.575}{0,05^2(173.575 - 1) + 1} = \frac{173.575}{0,0025(173.574)}.$$

$$n = \frac{173.575}{433.93} = 399.$$

2.5 Resultados de la investigación

Con el propósito de obtener datos informativos se utilizó la técnica de la encuesta a la población quevedeña elaborado un cuestionario de preguntas bien definidas sobre el tema, a tratar que es el análisis, del lenguaje comunicacional en la difusión de las noticias en el Diario La Hora del cantón Quevedo.

Las preguntas antes de ser aplicadas fueron previamente analizadas, para que de esta forma no existan inconvenientes en cuanto a su entendimiento, son preguntas abiertas con diferentes opciones para que sean respondidas de forma independiente.

Análisis de la encuesta elaborada a la población quevedeña el 15 de julio del 2022.

Encuestas a realizar a la población quevedeña

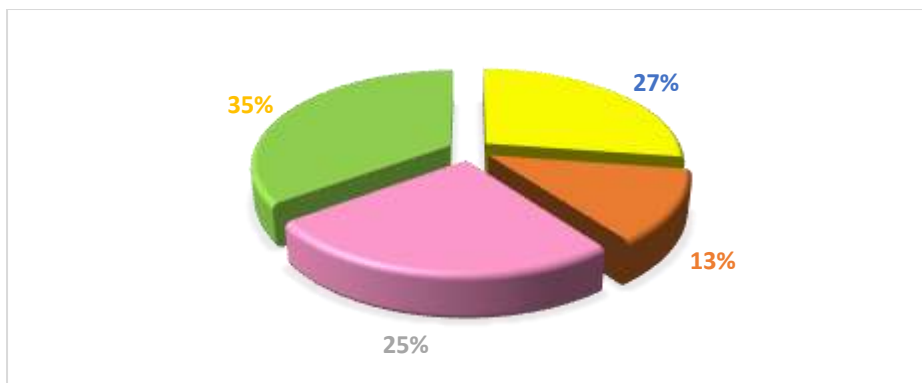
¿Porque medios prefiere mantenerse informado?

Tabla 1.- Medios de información

Alternativa	Frecuencia	Participación
Televisión	109	27%
Radio	50	13%
Prensa Escrita	100	25%
Redes sociales	140	35%
Total	399	100%

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Figura 1.-Medios de información



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a la población quevedeña se determinó, que el 27% prefiere estar informados mediante la televisión porque le muestra las imágenes en directo de los diversos acontecimientos, un 13% indica que prefiere estar informado de forma más tradicional a través de la radio, mientras que el 25% considera que los medios de prensa escrita informan de forma oportuna y el 35% cree que las redes sociales son más eficaces a la hora de comunicar todo lo que sucede.

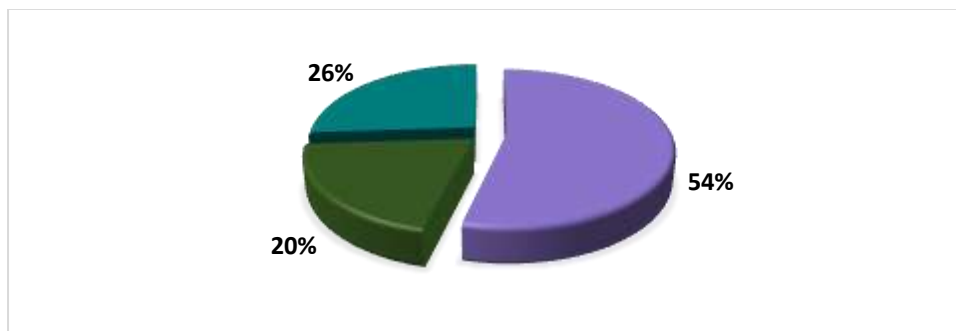
¿Compra usted el “Diario La Hora” para informarse?

Tabla 2.- “Diario La Hora”

Alternativa	Frecuencia	Participación
Si	215	54%
No	80	20%
A veces	104	26%
Total	399	100%

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Figura 2.-“Diario La Hora”



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Análisis

El 54% de la población encuestada indica que, si compra Diario La Hora para mantenerse informados de lo que sucede en la ciudad y en el entorno, mientras que un 20% manifiesta que no y el 26% lo hace en pocas ocasiones o cuando la noticia se involucre con su comunidad.

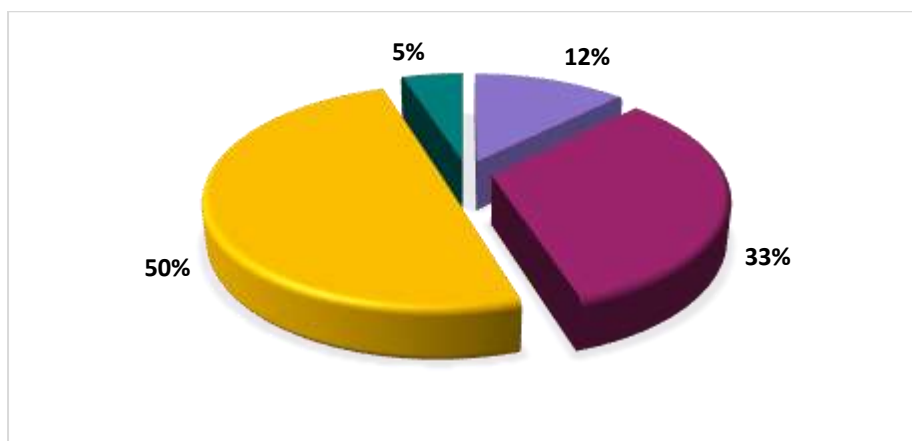
¿Con que frecuencia adquiere el “Diario La Hora”?

Tabla 3.-Frecuencia de compra

Alternativa	Frecuencia	Participación
Todos los días	50	13%
Una vez por semana	130	33%
Dos veces por semana	199	50%
Mas veces	20	5%
Total	399	100%

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Figura 3.-Frecuencia de compra



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Análisis

Con el propósito de determinar la frecuencia que el Diario La Hora, es adquirido, se cuestionó a las personas analizando la frecuencia con las que compra el diario, señalando el 13% que lo compra diariamente, un 33% una vez por semana, el 50% expresa que lo hace en una rutina de dos veces por semana y el 5% lo adquiere diariamente para conocer los hechos del entorno.

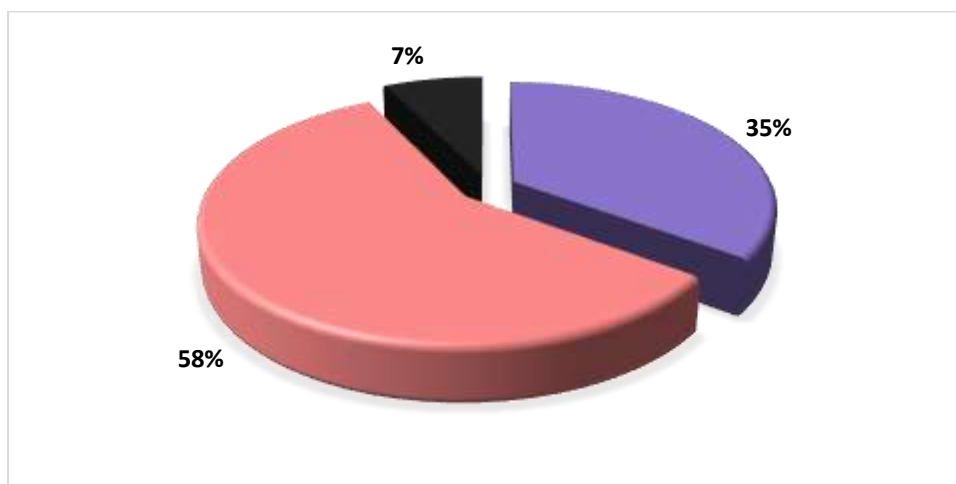
¿Cree usted que el “Diario La Hora” cumple la función de un medio de comunicación comunicando con objetividad y ética periodística?

Tabla 4.-Comunicación objetiva

Alternativa	Frecuencia	Participación
Si	140	35%
No	230	58%
Tal vez	29	7%
Total	399	100%

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Figura 4.-Comunicación objetiva



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Análisis

El 35% de las personas encuestas consideran que el “Diario La Hora” cumple la función de un medio de comunicación comunicar con objetividad y ética periodística, mientras que el 58% cree que no, debido a que el medio siempre utiliza el sensacionalismo para captar la atención, y el 7% no está seguro si se adopta o no las normas de periodistas que caracteriza a los profesionales de la comunicación.

¿Considera adecuado la forma en como el “Diario La Hora” retrata la información que brinda al público?

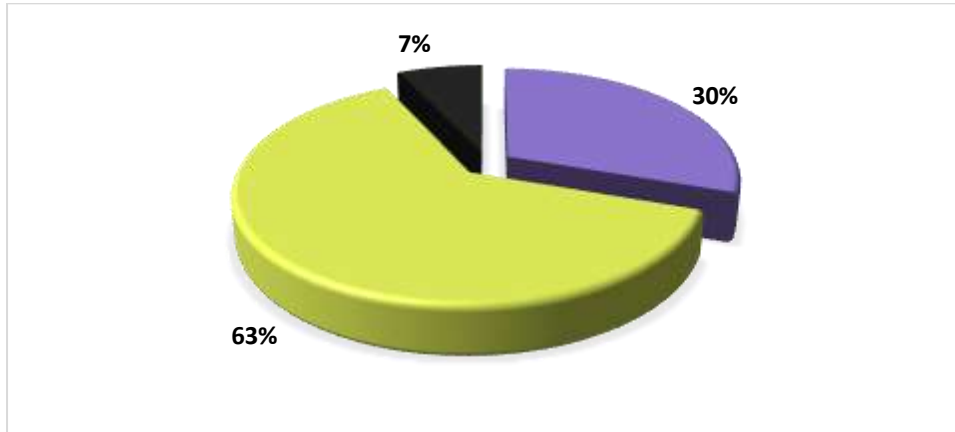
Tabla 5.-Redacción de la información

Alternativa	Frecuencia	Participación
Si	121	30%
No	250	63%
Tal vez	28	7%

Total	399	100%
-------	-----	------

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Figura 5.-Redacción de la información



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Análisis

El 63% de la población encuestada considera que Diario La Hora, no retrata bien a la información, pues, recurre al sensacionalismo periodístico, para captar la atención, sin embargo, 30% considera que si lo hace informando con veracidad cada acontecimiento y el 7% no está seguro si lo hace o no.

¿Cree usted que el medio de comunicación utiliza el sensacionalismo para difundir las noticias y captar más público?

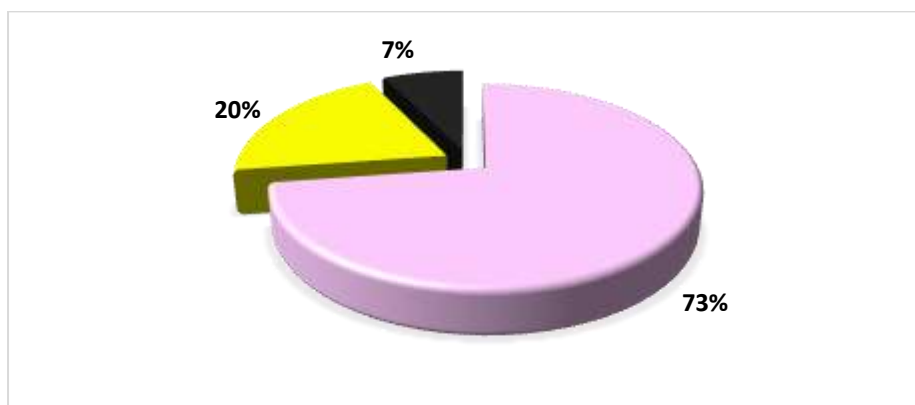
Tabla 6.-Sensacionalismo periodístico

Alternativa	Frecuencia	Participación
Si	290	73%
No	80	20%
Tal vez	29	7%
Total	399	100%

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado por: Josselyn Fuentes.

Figura 6.-Sensacionalismo periodístico



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado por: Josselyn Fuentes.

Análisis

73% de la población encuestada considera que Diario La Hora, si utiliza el sensacionalismo periodístico para captar la atención del público y vender más utilizando un lenguaje popular característico del populacho, mientras que 20% considera que no y un 7% insinúa que si lo hace algunas veces.

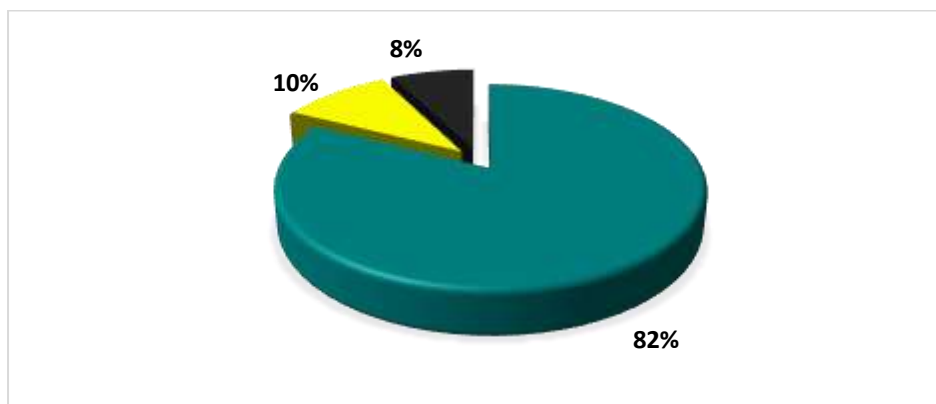
¿Considera que se debería multar a los medios de comunicación que alteren la información que brindan al público?

Tabla 7.-Medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Participación
Si	329	82%
No	40	10%
Tal vez	30	8%
Total	399	100%

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes.

Figura 7.-Medios de comunicación



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Análisis

82% de la población encuestada considera que se deberían multar a los medios de comunicación que alteren la información que brindan al público, debido a su falta de ética profesional, aunque el 10% cree que no es necesario y que solo se deben retractar cuando la ocasión lo amerite y un 8% revela que si se debería multar por el impacto que puede causar alguna nota de información.

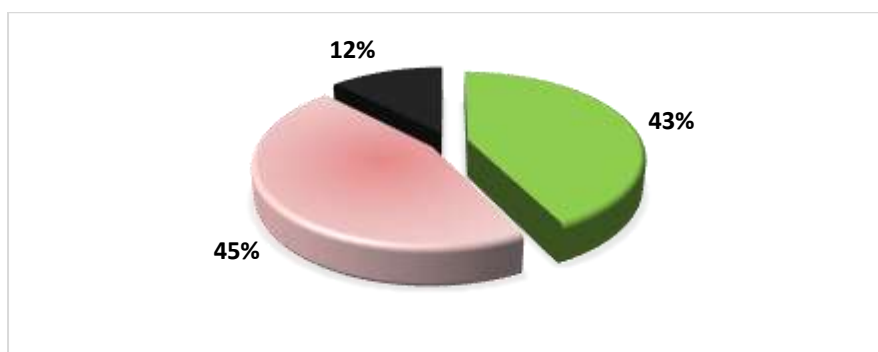
¿Cree usted que “Diario La Hora” debe continuar con su estilo de lenguaje comunicacional al momento de difundir la información o reestructurarlo?

Tabla 8.- Lenguaje comunicacional

Alternativa	Frecuencia	Participación
Si	170	43%
No	180	45%
Tal vez	49	12%
Total	399	100%

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Figura 8.-Lenguaje comunicacional



Fuente: Habitantes del cantón Quevedo
Elaborado por: Josselyn Fuentes

Análisis

El 43% de la población considera que Diario La Hora, debería considerar la forma como retracts la información y el tipo de lenguaje que utiliza al momento de difundir la noticia, cumpliendo con los parámetros y normas de redacción que caracterizan el periodismo de calidad, aunque el 45% cree que no es necesario porque a las personas les gusta ese estilo de periodismo y que lo identifican rápido para adquirir el medio de comunicación, sin embargo, el 12% cree que tal vez si debería analizar el lenguaje antes de publicar alguna nota de información.

La encuesta aplicada tiene el propósito de conocer la opinión en general que tiene la población quevedeña acerca del lenguaje comunicacional que emplea Diario La Hora en la difusión de las noticias, con este objetivo se cuestionó sobre cuáles son los medios de comunicación preferidos a la hora de estar informados, ante lo cual el 35% señaló que las redes sociales debido a su rapidez y un 25% mediante la prensa escrita porque comunican todos los que acontece en el entorno.

El 54% de los quevedeños señaló que compra Diario La Hora para mantenerse informados y lo hace dos veces por semana mínimas así lo revela el 50% que considera que el diario informa todo lo que acontece en el cantón y sus parroquias de forma detallada, sobre todo los hechos de crónica roja, al cuestionar si se considera que el Diario La Hora, cumple la función de un medio de comunicación comunicar con objetividad y ética periodística, el 58% manifiesta que no, debido a que el medio de comunicación suele recurrir al sensacionalismo, con titulares llamativos e imágenes de crónica roja que se enfocan más en vender que de informar, además de que muchas veces el contenido de la noticia no va de acuerdo con la información de los titulares alterando las noticias solo para vender más.

2.6 SITUACIONES DETECTADAS

Dentro del marco del contexto investigativo se detectaron diversas situaciones en cuanto al lenguaje comunicacional que utiliza Diario La Hora en la difusión de las noticias, indicando que el medio de comunicación de prensa tiene una muy buena aceptación en el cantón, el lenguaje que emplea en la difusión de las noticias es apropiado porque se orienta a los diversos géneros periodístico de reportaje, entrevistas.

Debido al ambiente que se vive y la situación actual de la sociedad Diario La Hora, trata diversos temas de interés nacional relacionados con la política, sector productivo del país, empresas, farándula, manteniendo un lenguaje pulcro a diferencia de la sección de crónica roja donde usa un lenguaje no preciso a la hora de informar, sus titulares son explícitamente fotografías de hechos violentos, a esto se le suma la exageración del titular dentro de lo cual el contenido de la información es pobre, usan términos poco comunes, palabras coloquiales en la difusión de las noticias lo cual es contraproducente debido a la importancia que tienen los medios de comunicación en la sociedad al ser considerados un instrumento que informan a la colectividad.

Otra de las situaciones que se pudieron conocer es que Diario La Hora tiene muy bien definidos sus metas, entre los cuales resalta llegar a su público objetivo, por lo tanto, empleará el lenguaje que más le convenga, características de la cultura del medio donde se desarrolla para difundir la información, redacción, normas gramaticales, estilo periodístico su propósito es atraer y acrecentar su demanda.

Al ser un medio de comunicación que tiene popularidad, debe hacer uso de los recursos lingüísticos más apropiados, para el empleo de un vocabulario, preciso, simple, verás informando con objetividad al proveer de conocimiento al público, respetando la verdad y actuando con profesionalismo en el ámbito que corresponde y como lo determina la ley.

2.7 SOLUCIONES PLANTEADAS

Emplear un lenguaje apropiado dentro de las normas de las actividades periodísticas para difundir las noticias que serán presentadas al público.

Utilizar las normas gramaticales en la redacción periodística en el tratamiento de la información de manera oportuna sin tergiversar la noticia, la cual debe proceder de fuentes confiables antes de ser difundidas.

Evitar palabras coloquiales o el uso de la jerga popular para tratar una nota de información periodística, rehusando de esta manera ser asociado con el periodismo amarillista, los cuales se caracterizan por este tipo de términos en exagerar la información.

Que Diario La Hora redacte con propiedad, exactitud, autenticidad, de forma imparcial, como caracteriza el trabajo periodístico, para ser reconocido como un medio de comunicación confiable para la sociedad.

Que el medio de comunicación haga uso de los recursos lingüísticos, en los procedimientos, elementos y componentes, al momento de redactar la noticia que luego será difundida, evitando la tergiversación, la información.

Que Diario La Hora emplee un lenguaje apropiado, claro, construido en estructuras gramaticales en todo el contenido de la información que se presenta.

Evitar generar un impacto negativo e influir en la información que se presenta opinado de manera personal en la difusión de los temas noticiosos.

Reusar posible, expresiones vagas en materia de cantidad, tales como varios, algunos, etc. Que pueden formar interpretaciones erróneas de la noticia que se informa.

2.8 Conclusiones

Se concluye que el “Diario La Hora” tiene una gran popularidad y aceptación en la ciudad de Quevedo, se caracteriza por presentar hechos noticiosos con reportajes y entrevista de temas políticos, económicos y sociales, dentro del género periodístico que presenta incluye crónica roja donde detallan todos los acontecimientos dentro y fuera del entono quevedeño.

En lenguaje comunicacional que emplea “Diario La Hora” en la redacción de noticias, es preciso, utiliza un lenguaje claro, sencillo en el tratamiento de la información cumpliendo con las normas periodística las cuales se recalca que las notas informativas sean breves, y coherente con lo que se informa manteniendo la credibilidad de la profesión en la que se desarrollan como corresponsales de la información.

De acuerdo a lo analizado se determinó que “Diario La Hora” a pesar cumplir con las normas de redacción periodifica de redactar de forma objetiva, precisa y responsable, debe ser más puntual y exacto cuando se aborden el periodismo de crónica roja debido a que cierto contenido se usan palabras rimbombantes, términos no adecuados, emplean expresiones vagas en materia de cantidad, lo que tiene como efecto que la gente se desinforme o tergiverse la información, ante lo cual es necesario que se manejen todos los elementos y técnicas que posibilidad y orienta al periodista escribir con propiedad como lo demanda su carrera y su ética como profesional de la comunicación.

2.8.1 Recomendaciones

Se recomienda que como medio de comunicación local, utilice la popularidad y aceptación que tiene para resaltar hechos positivos para la sociedad, utilizando un lenguaje comunicacional, preciso, que exhiba el logro y desarrollo de la cultura quevedeña, además de que como medio de comunicación es un referente de ejemplo para diversos estudiantes que siguen la carrera de comunicación social debe mantener y aplicar las normas y técnicas de redacción periodísticas en cada una de las notas informativas que se presenten.

Se sugiere capacitación en cuanto a normas de redacción, técnicas, tecnología de información, exactitud, relevancia, coherencia, respeto por la verdad y el rigor en la indagación de la información irrefutable y verificable, tomando conciencia de la importancia de su trabajo asumiendo la responsabilidad que tiene de informar con la verdad cualquier hecho a la brevedad posible y sin intereses de por medio.

Redactar las noticias que son difundidas por el medio de comunicación, bajo las normas de un manual de redacción periodísticas que influya en el lenguaje comunicacional que empleen de esta forma ante cualquier duda técnica de redacción de texto, el periodista pueda consultar y direccionarse a un periodismo con un contenido léxico amplio que estimule el aprendizaje y lectura de quien lo lee para informarse y aprender a la vez.

Bibliografía

- Arcila, C., Barbosa, E., & Aguaded, I. (2019). Modelado y difusión de temas noticiosos en medios sociales: características y factores de la emergencia de noticias en un canal informativo de Twitter. España: <http://www.scielo.org.mx/scielo>.
- Brönstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (2017). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana Colombia.
- Calle, P. (2018). Un análisis del proceso de comunicación en la empresa. España: Universidad de Leon Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Esneca. (2022). Como se clasifican los generos periodisticos . Mexico: <https://www.esneca.lat/blog/generos-periodisticos-clasificacion-caracteristicas/>.
- Genes, D. (2019). La importancia de definir los objetivos comunicacionales. Argentina: [caissa.uy/definir objetivos comunicacionales](http://caissa.uy/definir-objetivos-comunicacionales).
- Laedu. (2021). Redacción periodística. España: <https://laedu.digital/2019/11/05/redaccion-periodistica/>.
- Lallavedelacomunicacion. (2022). La Llave Maestra de la Comunicación. <https://lalla-ve-de-la-comunicacion.com/objetivos/>: Cuba.
- Rivera, Y. (2018). Disertación de grado previa a la obtención del título de licenciada en comunicación mención en comunicación organizacional. Ecuador: pontificia universidad católica del ecuador.
- Rivero, J. (2017). Importancia de la comunicación empresarial: consejos y buenas prácticas consejos y buenas prácticas. neetwork.com.
- Studocu. (2018). Producción detextos. proceso sicolingüístico en la producción de textos estrategias de produccióntextual.contextualización de conexiones lógicas.estructuras deltexto.presentación deltrabajo escrito. Panama: [/www.studocu.com/p](http://www.studocu.com/p).

ANEXO

N.º	Encuestas	Si	No
	¿Porque medios prefiere mantenerse informado?		
	¿Compra usted el “Diario La Hora” para informarse?		
	¿Con que frecuencia adquiere el “Diario La Hora”?		
	¿Cree usted que el “Diario La Hora” cumple la función de un medio de comunicación comunicar con objetividad y ética periodística?		
	¿Considera adecuado la forma en como el “Diario La Hora” retrata la información que brinda al público?		
	¿Cree usted que el medio de comunicación utiliza el sensacionalismo para difundir las noticias y captar más público?		
	¿Considera que se debería multar a los medios de comunicación que alteren la información que brindan al público?		
	¿Cree usted que “Diario La Hora” debe continuar con su estilo de lenguaje comunicacional al momento de difundir la información o reestructurarlo?		

Foto 1.- Encuesta a la población quevedeña.



Foto 2.-Elaboración de encuestas



Foto 3.-Sondeo realizado

