

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**



**Hugo Leonel Rustrían Chete**

**Guatemala, septiembre de 2020**



**Comunicación**  
*creando futuro*

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**



**Facebook como canal de expresión de los televidentes del canal 42  
en San José Pinula.**

Trabajo de tesis presentado por

**Hugo Leonel Rustrián Chete**

Previo a optar al título de

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor de tesis

**M.A. Marvin Samuel Sarmiento Yumán**

Guatemala, septiembre de 2020

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

Licenciando César Augusto Paiz Fernández

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante Egresados**

MSc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

**Secretario**

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

**Tribunal Examinador**

M.A. Marvin Samuel Sarmiento Yumán (asesor)

Lic. Mynor René Martínez (lector-examinador)

Lic. Juan Antonio Chávez Rivera (lector-examinador)



Guatemala, 21 de septiembre de 2020  
Orden de impresión  
Ref. CT-Akmg- No. 016-2020  
Comisión de Tesis

Licenciado  
Hugo Leonel Rustrían Chete  
Carné: 2554 87665 0103  
Registro académico 201216653  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "FACEBOOK COMO CANAL DE EXPRESIÓN DE LOS TELEVIDENTES DEL CANAL 42 EN SAN JOSÉ PINULA", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario.

- a) Un ejemplar impreso, un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central
- b) Dos ejemplares impresos y dos discos compactos en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



Lic. César Augusto Paiz Fernández  
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC  
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)



Para efectos legales el autor  
es el único responsable del contenido de este trabajo

## **Dedicatoria y agradecimientos**

- A Dios:** Por protegerme en mi camino y darme la sabiduría para poder afrontar cada proyecto a lo largo de esta carrera universitaria, por ser mi refugio y mi apoyo en todos los momentos de mi vida.
- A mi familia:** Por apoyarme en cada momento, por tenderme la mano en cada situación de dificultad y también por su sincero amor acompañándome en este trayecto.
- A mis amigos:** Por cada bonita experiencia vivida a su lado, por regalarme muchas alegrías y momentos inolvidables.
- A mi asesor:** Por su ayuda, paciencia, compromiso y apoyo a lo largo de todo el proceso.
- A la Universidad de San Carlos de Guatemala:** Que cambio mi vida con cada experiencia vivida dentro de ella, que hizo crecer en mí un espíritu de libertad y búsqueda del bien común para aportar lo mejor de mí a la sociedad.
- A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:** Por abrirme las puertas de sus aulas para formarme como profesional y por cada lección académica y ética.

**Que viva la gloriosa Tricentenario  
Universidad de San Carlos de Guatemala**

# Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
<b>Capítulo I</b>	
1. Marco Conceptual	1
1.1 Título del tema	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	3
1.4 Planteamiento del problema	4
1.5 Alcances y límites	5
<b>Capítulo II</b>	
2. Marco Teórico	6
2.1 Comunicación	6
2.2 El proceso de la comunicación	8
2.2.1 Esquema de la comunicación	9
2.3. Expresión	11
2.4 Internet	12
2.5 Historia de internet	13
2.6 Dispositivos móviles y “La sociedad de los pulgares”	16
2.7 Las redes sociales	17
2.8 Tipos de redes sociales	20
2.9 Facebook	22



2.9.3 Facebook como vía de expresión	26
2.10 Pinula TV “es tu canal”	27
2.11 Página de Pinula Canal en Facebook	28
2.11.1 Esquema de los elementos de la comunicación en el Facebook de Pinula TV	29
<b>Capítulo III</b>	
3. Marco Metodológico	31
3.1 Método	31
3.2 Objetivos	32
3.3 Técnicas	32
3.4 Instrumentos	32
3.5 Población o universo	32
3.5 Muestra	33
<b>Capítulo IV</b>	
4. Análisis de resultados	34
4.1 Graficas	34
<b>Conclusiones</b>	44
<b>Recomendaciones</b>	45
<b>Referencias Bibliográficas</b>	46
<b>E-grafía</b>	48
<b>Anexos</b>	49

## Resumen

Nombre:	Facebook como canal de expresión de los televidentes del canal 42 en San José Pinula.
Autor:	Hugo Leonel Rustrián Chete.
Universidad:	San Carlos de Guatemala.
Unidad Académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Problema Investigado:	¿Es Facebook un medio de expresión para los televidentes del canal 42 en San José Pinula?
Instrumentos:	Cuestionario de preguntas, Facebook y Google Forms.
Procedimiento:	Se recopilaron datos por medio de una encuesta en Google Forms a la población de San José Pinula. La muestra fue calculada por medio de la fórmula para poblaciones finitas.
Resultados y Conclusiones:	La página de Facebook de Pinula TV, es un medio accesible para los televidentes, pero no está del todo bien aprovechado, existen algunas áreas de oportunidad para mejorar los canales de comunicación con los seguidores. Se sugiere generar mayor cantidad de espacios de expresión, de esta manera se creará mayor interacción con ellos, esto creará una comunidad de seguidores con mayores vínculos.

## **Introducción**

La presente investigación tiene como objetivo determinar la importancia de la red social Facebook como canal de expresión, para establecer un contacto con los televidentes y seguidores de Pinula TV canal 42 del municipio de San José Pinula en esta plataforma.

La comunicación en la actualidad utiliza un conjunto de herramientas y técnicas virtuales, las cuales se han creado con la expansión de las redes sociales dentro de internet. Gracias a ese crecimiento los usuarios ya no deben ingresar a un sitio web institucional para obtener información, debido a que Facebook ofrece mayor facilidad y accesibilidad a esta.

Anteriormente, el acceso a internet en el ámbito corporativo de los medios de comunicación estaba limitado, y el público mostraba poco interés en navegar por internet buscando información. Esta era publicada en su página web, obteniendo poco tráfico e impacto, el cual no era rentable debido al alto costo de contar con un dominio y la baja efectividad comunicacional que esta brindaba, que no era de constante actualización de contenido como lo es Facebook.

Esta red social ofrece soluciones de comunicación para las empresas sin costo brindando diversos servicios digitales, abriendo todo un campo de oportunidades para transmitir mensajes permanentes de forma autoadministrable, y de esta manera crear interacción entre los seguidores y el medio, siendo esta la carta de presentación de las instituciones en ambiente virtual.

Debido a esta accesibilidad de la red social se da el proceso de comunicación dentro de la plataforma entre el emisor (el medio) y el receptor (televidentes y seguidores), creándose un espacio de expresión para las personas que siguen la página del canal.

Por ese motivo se investigará el uso de Facebook como canal de expresión de los televidentes de Pinula TV en San José Pinula para determinar el uso y efectividad comunicacional de la plataforma.

# Capítulo I

## 1. Marco Conceptual

### 1.1 Título del tema

Facebook como medio de expresión de los televidentes del canal 42 en San José Pinula.

### 1.2 Antecedentes

Las redes sociales, desarrolladas en los últimos años, han ayudado a conectar más fácilmente a las personas. Igualmente es el caso de las empresas, que a través de estas han logrado tener mayor contacto con sus usuarios o clientes.

Según Kress (2015) en su investigación titulada “La efectividad de la publicidad en las redes sociales Facebook, Twitter y el Blog”, plantea como objetivo “Identificar las redes sociales con mayor número de usuarios y cantidad de esfuerzos publicitarios” concluye que “El país con mayor número de usuarios en redes sociales es Guatemala, con tres millones diez mil en Facebook y doscientos setenta y seis mil en Twitter, el país de la región con mayor acceso a redes sociales, pues el 20% de los habitantes tienen acceso a internet. Cabe mencionar que el 67% de los usuarios de Facebook tiene cuenta en Twitter y es en ambas redes sociales donde se concentra más del 80% de los esfuerzos publicitarios”.

En su mayoría las redes sociales son una alternativa viable para un público joven, Aragón (2012) en su investigación titulada “Facebook, herramienta de comunicación del colegio evangélico la patria de Guatemala” en la que se plantea como objetivo “Establecer si las redes sociales son realmente un medio de comunicación” y concluye en que “El favoritismo y aceptación de los adolescentes por esta red social es grande, por lo que entablar comunicación con ellos a través de esta vía es una opción favorable”. Es así como Guatemala es un país con gran influencia en el uso de las redes sociales para comunicarse.

Así lo menciona Alba Anleu (2017) en su tesis titulada “Aportes De La Red Social Facebook En El Campo De La Comunicación Digital” en donde se plantea el objetivo de “Describir los aportes de la comunicación digital” y concluye en que “El uso de Facebook ha ayudado a desarrollar e incorporar habilidades digitales aplicables de forma inmediata, a otras áreas de

la vida y así adaptarse más fácilmente al medio social y profesional digital que toca vivir. Gracias a su evolución constante los comunicadores deben actualizarse día con día a estos cambios tecnológicos digitales”. El desarrollo de redes sociales ha hecho que las empresas y comunicadores pongan su foco de atención en estas plataformas.

En su tesis Otí Mejía (2012) titulada “Uso de las Redes Sociales como medio comercial” plantea el objetivo “Determinar las principales actitudes que adoptan los usuarios de Facebook cuando las páginas de interacción social con amigos virtuales se convierten en un medio para promover y vender productos o servicios.” Concluyendo que “No se necesita ni siquiera tener una página web, pues ahora por medio de Facebook se venden diversos artículos que son clasificados de acuerdo a su rubro”.

Contar con una propia tienda virtual. La elaboración de un perfil comercial puede tomar máximo un par de horas no es nada complejo y no demanda un gran conocimiento técnico. Cualquier persona que sepa utilizar la computadora de manera básica y navegar en la Internet puede lograrlo sin mayor esfuerzo. El idioma tampoco será un problema porque esta red social cuenta con varios idiomas, entre ellos el español”. La facilidad de acceso y creación de las fans page hace de las plataformas virtuales un medio fácil de manejar y de llegar al consumidor.

Según Alba Zamora (2013) en su tesis “Análisis de preferencia de los Medios de comunicación y su programación en el municipio de San José Pinula, Departamento de Guatemala” plantea el objetivo “Descubrir la preferencia de programas televisivos, radiales y secciones de material impreso en el municipio de San José Pinula” y en su conclusión señala “El medio de comunicación que prefieren los pobladores de San José Pinula es la televisión, tanto hombres jóvenes y adultos, como por mujeres jóvenes y adultas. La televisión es el medio más eficaz para realizar campañas de información y comunicación en dicho municipio”.

### **1.3 Justificación**

Según confirma la investigación “Análisis de preferencia de los Medios de comunicación y su programación en el municipio de San José Pinula, Departamento de Guatemala” (Zamora, 2013) la televisión es el medio por el cual la mayoría de sus habitantes se informan de las noticias en dicho lugar y son receptores de mensajes comerciales. Por lo cual el canal 42 ha tomado gran relevancia dentro de los habitantes de dicho municipio.

La creación de nuevas plataformas dentro del campo comunicacional ha permitido ir más allá del alcance que los medios masivos pudieron llegar, haciendo de estos factibles para las marcas llegar a públicos objetivos específicos y creando mayor interacción entre los usuarios, de esta manera el uso de Facebook ha ayudado en el ámbito humano y tecnológico, incorporándose inmediatamente dentro de los entornos sociales y profesionales.

Por medios tecnológicos de comunicación las personas han creado un nuevo sistema para contactarse en el cual pueden llegar a percibir un mensaje en estas plataformas, así como también expresarse. Además, las llamadas al aire o cualquier otra opción que el canal utilice, es actualmente por redes sociales que los televidentes pueden llegar a transmitir una opinión o mensaje.

Se abre así una nueva vía de comunicación directa con el televidente para poder dar a conocer su opinión respecto a los temas que en los diferentes programas transmite, así como las reacciones ante hechos sucedidos en San José Pinula los cuales son publicados en las distintas plataformas del Canal 42 Pinula TV que cuenta con una comunidad en Facebook de más de 80 mil 199 seguidores hasta septiembre de 2020.

Es oportuno determinar la vía que los usuarios de Pinula TV utilizan como medio de expresión, ya que construirá una fuente de información para determinar la importancia de las redes sociales para un canal de televisión (Canal 42 Pinula TV) y su contacto con los televidentes.

## 1.4 Planteamiento del problema

En la actualidad uno de los medios de comunicación de San José Pinula es el canal *Pinula TV*, siendo este un medio que se encarga de informar a la población, por lo cual utiliza Facebook para publicar noticias y no genera con esta red social un proceso de comunicación directa con los televidentes y seguidores.

El canal dentro de su programación utiliza las llamadas telefónicas para mantener contacto con el usuario, en este caso no se toma en cuenta a Facebook para la comunicación directa con los televidentes, a pesar de ser un medio que utilizan los seguidores para dar su opinión, dejando fuera los comentarios y las respuestas por parte de Pinula TV.

El medio por el cual un canal de televisión local tiene contacto directo con sus usuarios es de suma importancia, debido a que crea una relación con los televidentes ya que, aunque se cuente con una enorme comunidad de seguidores, si esta no es utilizada de la mejor manera, no se creara esa realimentación que la comunicación sugiere tener para que sea efectivo un mensaje.

Diariamente se desarrollan nuevas plataformas para poder contactar con personas, grupos y generar vínculos sociales, por lo que es necesario que los medios de comunicación vayan de la mano con estas tecnologías para crear una óptima transmisión de mensajes y entrar en contexto con una sociedad tecnológica denominada “la sociedad de los pulgares” como la llamó Pamurejo (2017).

Según McLuhan “los medios tecnológicos son materias primas o recursos naturales, igual que el carbón, el algodón y el petróleo” (McLuhan, 1996:41) en este sentido, si Facebook es aprovechado de una manera correcta, puede llegar a presentar muchos beneficios para el canal y para los televidentes que desean expresarse. ¿Es Facebook un medio de expresión para los televidentes del canal 42 en San José Pinula?

## **1.5 Alcances y Límites**

1. Objeto de estudio: Página de Facebook de Pinula TV.
2. Ámbito Temporal: Febrero a abril 2019.
3. Ámbito poblacional: Televidentes del canal 42 en San José Pinula.
4. Ámbito institucional: Canal 42 de San José Pinula, Guatemala y su red social Facebook (<https://www.facebook.com/pinula.canal/>).
5. Ámbito geográfico: San José Pinula, Guatemala, Guatemala.
6. Límites: En esta investigación se tomará en cuenta únicamente la red social Facebook, la Fan Page institucional de Pinula TV Canal 42.



## Capítulo II

### 2. Marco teórico

#### 2.1 Comunicación

La palabra comunicación proviene del latín *communis*, común, que también significa "poner a la luz de todos". Según el diccionario de la RAE la palabra comunicar significa "Transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor" Real academia española (2018)<sup>1</sup>.

En otras definiciones investigadas se encuentra que, "Es un proceso interpersonal e interactivo. Proceso, en cuanto se producen etapas, e interactivo e interpersonal, ya que está compuesto por elementos que interactúan constantemente y se da entre personas" (Guardia, 2009:15).

Existen más explicaciones de comunicación tales como "un proceso de intercambio, que se perfecciona o completa cuando se han superado todas las fases que participan en él" (Ongallo, 2007:11).

"Se denomina como un proceso dinámico, en el que es necesario que participen una fuente o emisor que envía un mensaje a través de una vía a un potencial receptor que también puede convertirse también en emisor" (Santos, 2012:11).

Pueden haber muchos conceptos en cuanto a la palabra "Comunicación" la cual en ocasiones es confundida con la palabra "Información", debido a que la primera usa como materia prima a la segunda y puede ser bilateral o unilateral.

Otra interpretación indica que "la comunicación es una de las condiciones absolutamente necesarias para la existencia social, debido a que ninguna actividad puede realizarse sin esta actividad. Comunicar es transmitir significados y compartirlos" (Barahona, 2006).

Existen varias exposiciones de comunicación tales como; "La comunicación es un fenómeno de interacción social" y agrega "Es el oxígeno de la sociedad, el elemento a través del cual el

---

<sup>1</sup> Real academia española (2018). Diccionario de la lengua española, Comunicación. Recuperado 12 abril, 2018, de <https://dle.rae.es/?id=A58xn3c>.

hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico, en todos los órdenes de la vida". (Interiano, 2003:9).

"La Comunicación es la puerta que nos permite el acceso al mundo de la cultura" afirma Interiano (2003:10). En este sentido, comunicar es generar una acción y efecto de hacer a todos partícipes de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto, tomando su parecer.

Barahona (2006) considera que "ésta es un proceso que se relaciona a dos o más sujetos, permitiendo la producción en común de sentido, de acuerdo con reglas convencionales en un contexto socio- cultural determinado, en que se constituye como una práctica de significación".

La comunicación necesita de varios elementos para su correcta funcionalidad. Barahona (2006:10) señala que "Para que se realice el acto comunicativo es indispensable conjugar los elementos básicos del proceso: Emisor, canal, mensaje, código, contexto y receptor. Si falta alguno de estos elementos estaremos ante un fenómeno que no podemos conceptualizar de comunicación".

Son muchas las definiciones que se encuentran acerca del término "comunicación" y aunque existen diversas opiniones y algunas en su definición no coinciden con otras, todas dan ideas claras acerca de la importancia de la comunicación para el desarrollo personal y social del ser humano.

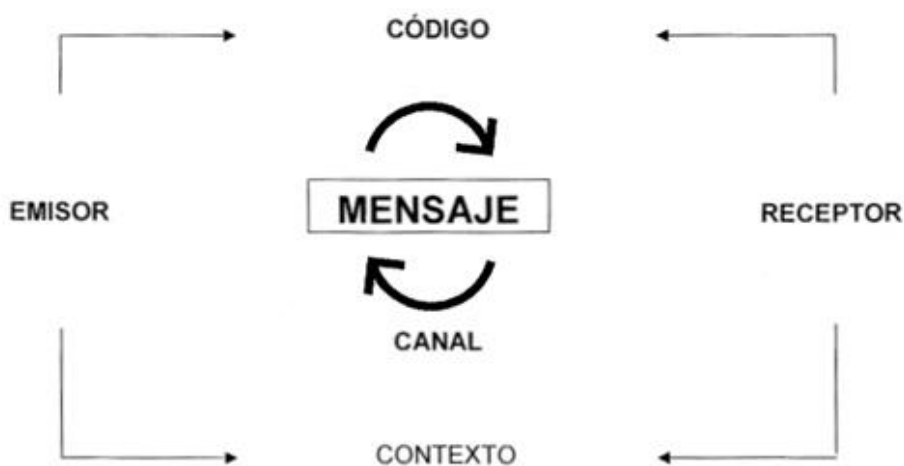
## 2.2 El proceso de la comunicación

Para que exista un proceso de comunicación debe contar con varios elementos intervienen en él, según Carillas (2013:6) son los siguientes:

- Emisor: Es el que transmite el mensaje o la información, puede ser un individuo, una maquina manejada por una persona o un grupo). Es quien codifica el mensaje. Lo hace acorde a las características de su público meta y su objetivo de comunicación.
- Receptor: El que recibe la información de forma individual o colectivamente. Puede ser una persona o un aparato receptor.
- Código: Sistema o conjunto de signos que el emisor utiliza para emitir el mensaje.
- Canal: Elemento por donde el emisor envía la información y que el receptor percibe por los sentidos corporales. Se le llama también canal tanto al medio natural (luz, aire) como al medio técnico usado (telegrafía, imprenta, teléfono, radio, televisión, ordenador, etc.) y se comprende a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto). Puede ser descrito también como el vehículo que se usa para hacer llegar el mensaje hasta el destinatario. La codificación del mensaje siempre está condicionada por las características del medio a utilizar
- Mensaje: La propia información que el emisor transmite. Puede ser emitido de varias formas: impreso, como ondas electromagnéticas, una señal hecha con la mano o cualquier otra forma que se pueda interpretar significativamente (Códigos verbales o no – verbales)
- Contexto: Condiciones espaciales, temporales y socioculturales que rodean el acto o hecho comunicativo, que permiten entender el mensaje en su integra medida).

### 2.2.1 Esquema de la comunicación

Los elementos de la comunicación se relacionan entre sí:



Fuente: Esquema de la comunicación (Carillas,2013:7).

Así, un emisor envía un mensaje a un receptor, a través de un canal y con los signos de un código, de acuerdo al contexto en que se sitúa ese acto de comunicación, este proceso debe contar con todos los elementos para que sea exitosa.

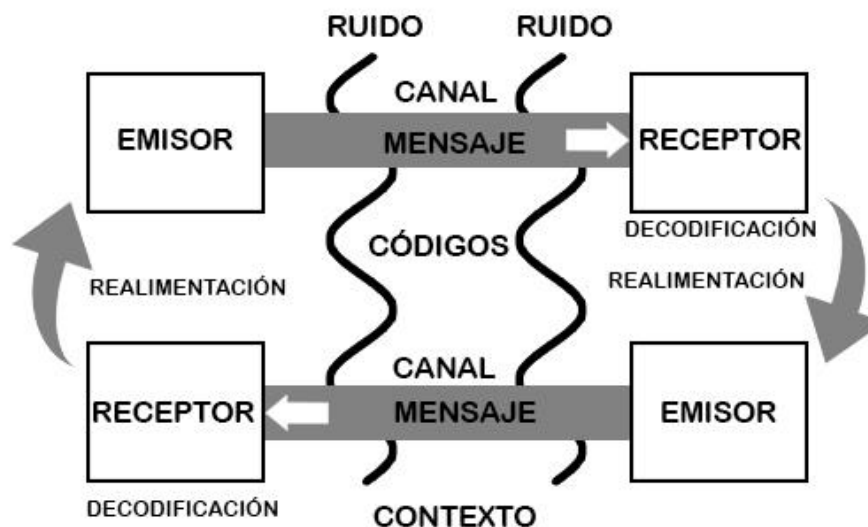
Las características culturales del receptor siempre condicionan la codificación del mensaje. Por eso es importante que se conozca este proceso de comunicación, ello facilita poder estructurar adecuadamente lo que se quiere transmitir. De esta manera se seleccionarán apropiadamente el medio, el o los lenguajes que se usarán para hacer llegar el mensaje y cumplir el objetivo.

Cuando el receptor percibe el mensaje, da paso a la decodificación del mismo, esta “Consiste en actividades que traducen o interpretan mensajes físicos a una forma que signifique algo para el receptor. Al leer estas líneas, están decodificando un mensaje. SI están oyendo la radio al mismo tiempo, están decodificando dos mensajes a la vez: uno auditivo y otro visual. Tanto seres humanos como las máquinas pueden ser considerados decodificadores” (Dominick, 2001:7).

Con el mensaje decodificado y comprendido por el receptor, procede a dar su respuesta, a este término se le denomina realimentación, que “se refiere a aquellas respuestas del receptor que forman y alteran los mensajes subsecuentes de la fuente.” (Dominick, 2001:8).

A estos dos elementos nuevos podemos agregar uno más al proceso de comunicación. El ruido. “Los expertos en comunicación lo definen como cualquier cosa que interfiera con la llegada del mensaje” (Dominick, 2001:9). Para ejemplificar este término podemos mencionar el sonido ambiental en donde se está desarrollando la conversación, las voces de las demás personas en un bus al momento de conversar con un amigo o también la interferencia cuando se realiza una llamada.

Estos nuevos elementos dan lugar a un nuevo esquema de comunicación:



Fuente: Elaboración propia con base en Esquema de la comunicación (Dominick, 2001:6)

## 2.3 Expresión

Según el diccionario de la RAE la palabra expresar significa “Manifestar con palabras, miradas o gestos lo que se quiere dar a entender” Real academia española (2019)<sup>2</sup>. Por lo que se entiende que expresión es la representación, con palabras o con otros signos externos, de un pensamiento, una idea, un sentimiento, etc.

La palabra expresión es originaria del latín *expressi* que tiene como significado “exprimir o sacar afuera” Etimologías de Chile (2019)<sup>3</sup>.

La expresión es una necesidad del ser humano que emergió en los tiempos más lejanos con el fin de desvelar con palabras o signos exteriores como actitudes, gestos, lo que se quiere dar entender, por ello se puede encontrar en las cavernas pinturas en las paredes hechas por los primitivos que exponen cómo era su vida diaria.

La expresión escrita “se basa en exteriorizar ideas, sentimientos o pensamientos a través de signos convencionales que cambian dependiendo de cada cultura, en la expresión escrita existen dos elementos: el objetivo que indica el tema por el que se escribe y el personal se remite lo que se expone” Significados.com (2019)<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Real academia española (2019). Diccionario de la lengua española, Comunicación. Recuperado 10 septiembre, 2019, de <https://dle.rae.es/?id=HL0WDTE>

<sup>3</sup> Etimologías de Chile (2019). Etimología de expresión. Recuperado 10 de septiembre 2019, de <http://etimologias.dechile.net/?expresio.n>.

<sup>4</sup> Significados.com (2017) Expresión. Recuperado 10 de septiembre, 2019, de <https://www.significados.com/expresion/>.

## 2.4 Internet

El ser humano se distingue de los animales por su nivel de semiosis y creatividad, esto se observa en el desarrollo de la humanidad en el transcurso de los siglos.

Cada uno de los inventos o creaciones tiene una contribución tecnológica: la televisión, la computadora, la radio, entre otros, fueron los principales indicios que mostraban que la evolución no tardaría en llegar, sino que continúa. Internet se toma como el gran paso hacia el futuro, además de ser algo innovador; ni en los más recónditos sueños se podía imaginar que todos los medios de comunicación eran capaces de juntarse en un solo dispositivo. Pero antes de profundizar en la importancia de esta herramienta virtual, se debe ir a la definición de la Internet y así entender un poco más sobre su provecho.

Los medios comunicativos mayormente utilizados a lo largo de la historia han sido la radio y la televisión, sin embargo, con la llegada del internet, se evoluciona a una comunicación virtual donde ya no es necesaria la presencia física para interactuar cara a cara. En las últimas décadas se descubrieron peculiaridades radicalmente nuevas, sobre todo para las generaciones que provenimos del siglo XXI; las constantes y profundos variaciones, que diferencian época actual, son la manifestación del tránsito hacia una nueva era distinta por la influencia del conocimiento e información; en este sentido el uso de la internet ha sido decisivo por la expansión en su uso.

El internet, según (Talens y Hernández, 1998:10) no es una red computadoras, similar a esa red de área local que conecta unas cuantas maquinas en la oficina sino “la madre de todas las redes”, un entramado electrónico anárquico que se ha extendido incontrolablemente alrededor del globo y que conecta a una inmensidad de redes de características y localización muy distintas.

Ferreya (1996:10) explica que “la red internet es el resultado de comunicar miles de computadoras entre sí” por lo que se entiende que internet es una red de computadores mundial conectados.

El desarrollo y crecimiento en el uso de internet son tan veloces que a veces nos sorprenden; estos fenómenos de cambio hacen comprender las nuevas formas la recepción y producción de información que, lejos de seguir el patrón constante tipo pirámide, basado en la autoridad

que la maneja a su antojo para la masa de usuarios. Hoy el sistema Web concede la facilidad de generarla sustentada por los mismos usuarios; este es un acontecimiento ya afianzado que se ha hecho llamar de diferentes formas de acuerdo a su evolución: Web 2.0 o Web participativa, Web 3.0 o semiótica y Web 4.0 o inteligente.

## **2.5 Historia del internet**

Este fue inventado en 1840, su función principal era la de emitir señales eléctricas que viajaban por cables conectados entre un origen y un destino. Se utilizaba el código Morse para descifrar la información.

### **2.5.1 ARPANET**

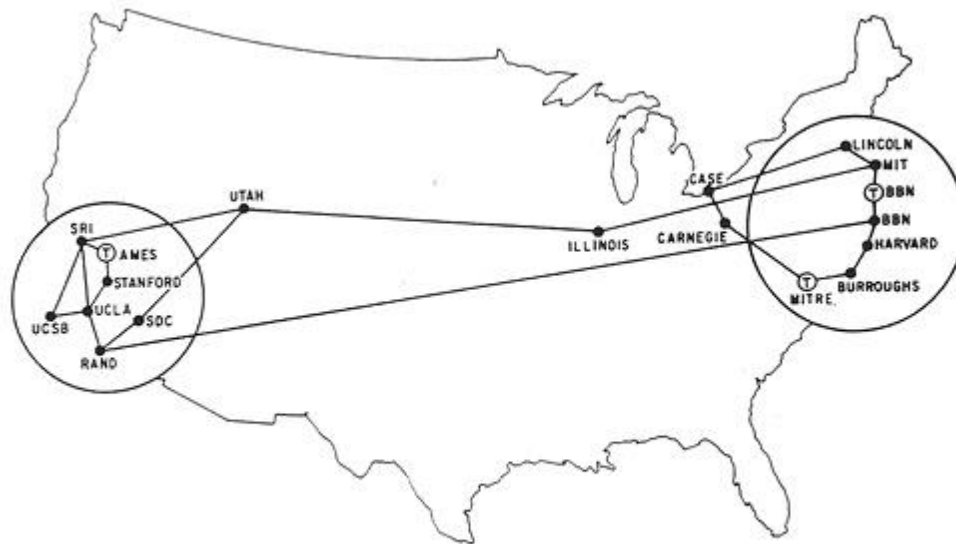
Fue en EEUU, en 1958, en el que fundaron la Advanced Research Projects Agency (ARPA) a través del Ministerio de Defensa. El ARPA estaba conformado por más de 200 científicos de alto rango y tenía un gran presupuesto para su funcionamiento. El ARPA se centró en implementar comunicaciones directas entre ordenadores para poder comunicar las diferentes bases de investigación.

En 1962, esta entidad implemento un programa de investigación computacional el cual fue dirigido por John Licklider, un científico del Massachusetts Institute of Technology.

En 1967 el ARPA ya había sentado las bases para que publicara un plan para la creación de una red de ordenadores llamada ARPANET. En ella se recopilaba las mejores ideas de los equipos del MIT, el National Physics Laboratory (UK) y la Rand Corporation.



La red se extendió exitosamente y en 1971 tenía 23 puntos conectados.



MAP 4 September 1971

Fuente: Historia del internet (FIB,2002)

## 2.5.2 De ARPANET a INTERNET

En el año 1972 ARPANET se hizo presente en la FICCC (First International Conference on Computers and Communication) en Washington DC. Sus científicos expusieron y demostraron que el sistema era funcional creando una red de 40 puntos que se conectaban en diferentes localidades. Esto incentivó la búsqueda en este campo e impulsó a la creación de otras redes por la rentabilidad que esta demostró en esa conferencia.

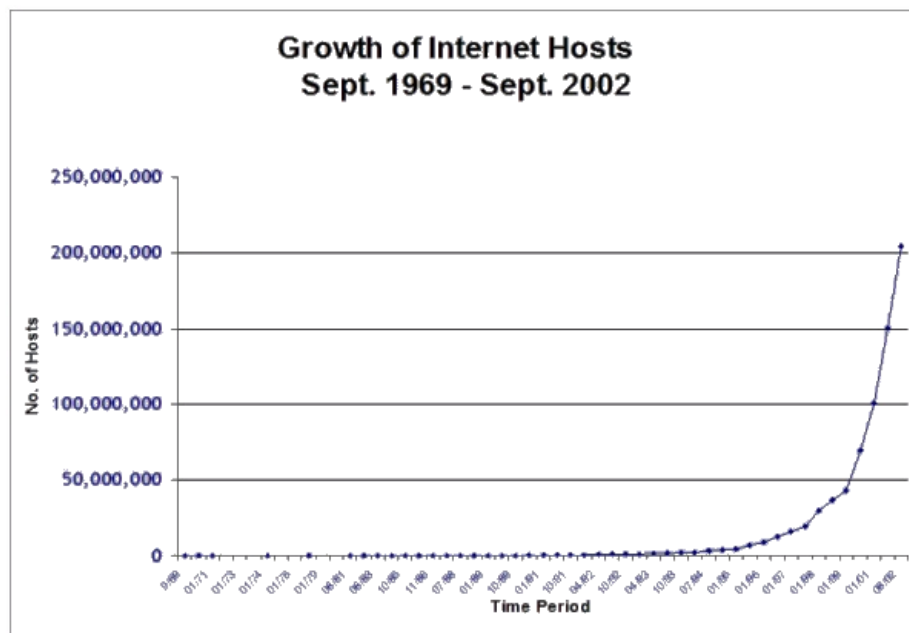
Entre 1974 y 1982 se crearon un gran número de redes, entre las cuales se destacaron:

- Telenet (1974): Versión comercial de ARPANET.
- Usenet (1979): Sistema abierto centrado en el e-mail y que aun funciona.
- Bitnet (1981): Unía las universidades americanas usando sistemas IBM.
- Eunet (1982): Unía Reino Unido, Escandinavia y Holanda.

En ese momento el mundo de las redes era bastante desordenado, a pesar de que ARPANET seguía siendo el “estándar”. EN 1982, ARPANET apadrino el protocolo TCP/IP y en ese momento se creó lo que conocemos hoy en día como Internet (International Net).

### 2.5.3 De ARPANET a WWW

A inicios de la década de los 80 se empezaron a promover los ordenadores de una manera muy veloz. El desarrollo era tan rápido que se temía que las redes se saturaran y bloquearan debido a la gran cantidad de usuarios e información transmitida, debido al fenómeno del e-mail. La red siguió progresando exponencialmente como se muestra en el gráfico.



Fuente:<https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/internet.html>. Recuperado 8 octubre 2019, Facultad de informática de Barcelona.

### 2.5.4 World Wide Web

El World Wide Web (WWW) es una cadena de “sitios” que pueden ser buscados y expuestos con un protocolo llamado HyperText Transfer Protocol (HTTP).

El título de WWW fue diseñado por Tim Berners-Lee y otros científicos del Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire en Ginebra. Los científicos estaban ansiosos en encontrar y enviar fácilmente documentación a través de Internet. Los miembros del CERN se encargaron de elaborar un navegador/editor que nombraron como World Wide Web.

Actualmente no es muy conocido, pero en sus inicios fue utilizado por muchas comunidades científicas y era gratuito.

En 1993 un investigador del National Center for SuperComputing Applications (NCSA) llamado Mark Andreesen de Illinois publicó el Mosaic X, un navegador sencillo de instalar y de usar. Implicó una mejora notable en la manera en qué se presentaban los gráficos. Era bastante parecido a un navegador de la actualidad.

A partir del lanzamiento de la tecnología WWW y de los navegadores se empezó a abrir Internet a un público más extenso: páginas personales, actividades comerciales, etc. Este desarrollo se aceleró con la aparición de nuevos ordenadores más potentes y baratos (Facultad de informática de Barcelona, 2019)<sup>5</sup>.

## **2.6 Dispositivos móviles y “La sociedad de los pulgares”**

A partir del avance tecnológico ocasionado por los teléfonos inteligentes y la accesibilidad al internet han hecho que millones de personas a través del mundo tengan mayor conocimiento en redes sociales, esto ha hecho que la comunicación por medio de estas plataformas sea la más utilizada a nivel mundial diariamente debido a su facilidad de manejo y su masificación.

Este fenómeno ha creado el término de la denominada “La sociedad de los pulgares”, la cual es llamada de esta manera por la cantidad de personas que se comunican por medio de su smartphone diariamente, como lo menciona Pamurejo (2017) en su artículo para el diario El Pílon “Viven atrapados en sus dispositivos y han abandonado el computador por un solo aparato en el que los dos dedos que antes no servían para nada, ahora son el todo”.

Es interesante que “hasta la anatomía se ha rebelado para no estar más de cabeza en el mundo de manera definitiva. Justo los dedos olvidados, los separados del resto de la mano, ahora se imponen como indispensables. Y ellos hacen el mundo, uno que ha costado mucho conquistar, que viene también de la separación (Pamurejo,2017)<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Facultad de informática de Barcelona (2019) Historia del internet, Recuperado 8 octubre 2019. de <https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/internet.html>.

<sup>6</sup> Pamurejo, M. A. (2017, 15 octubre). La sociedad de los pulgares - El Pílon | Noticias de Valledupar, El Vallenato y el Caribe Colombiano. Recuperado 16 mayo, 2019, de <https://elpilon.com.co/la-sociedad-lospulgares/>.

La identidad en las redes sociales se ha vuelto más importante que la física debido al alto número de amigos, compañeros, etc., que se puede encontrar en las redes sociales, el diario el País publicó un artículo escrito por Carmen Galán en el cual señala que “el teléfono móvil se ha convertido en una prolongación imprescindible de la imagen social al tiempo que funciona como signo distintivo frente a los demás (Galán, 2008)<sup>7</sup>.

Los teléfonos móviles se han vuelto imprescindibles en las personas para lograr una mayor inclusión social y pertenencia a grupos.

## **2.7 Las redes sociales**

Debido a la necesidad de las personas por comunicarse por nuevos canales y a la raíz de la invención de nuevas tecnologías nacen las redes sociales. Estas son plataformas Web destinadas a formar o reflejar relaciones sociales entre personas, que permiten compartir contenido e información entre ellas. En realidad, son un mero reflejo de las redes de contactos que se establecen en la vida real y a ese hecho se le debe gran parte de su éxito, ya que ayuda a las personas a construir y mantener lazos que tienen con las personas de su entorno.

También se define red social como “un sitio en la red cuyo fin es permitir a los usuarios comunicarse, relacionarse, compartir contenido y formar comunidades” (Ontsi, 2011:12).

Para entender la importancia de las redes sociales dentro de la sociedad es importante conocer su historia que se desarrolló de la siguiente manera:

- 1971: Se envía el primer mail. Los dos ordenadores exponentes del servicio de envío estaban uno al lado del otro.
- 1978: Se intercambian Bulletin Board Systems (BBS) por medio de líneas telefónicas con otros usuarios.
- 1978: Las copias iniciales de navegadores de internet se dispersan a través de la plataforma Usenet.
- 1994: Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal como la conocemos actualmente. Su idea principal era dar el control a que los

---

<sup>7</sup> Galán, C. (2008, 12 mayo). La generación del pulgar. Recuperado 16 mayo, 2019, de [https://elpais.com/diario/2008/05/12/opinion/1210543212\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/05/12/opinion/1210543212_850215.html).

usuarios fueran creadores de sus propias páginas web y que las establecieran en determinados segmentos según su contenido.

- 1995: TheGlobe.com da a sus usuarios la opción de personalizar sus propias experiencias online a través de que generen su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.
- 1997: Se lanza AOL Instant Messenger.
- 1997: Se inaugura la web Sixdegrees.com, esta permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.
- 2000: La llamada “burbuja de internet” estalla y su expansión es masiva.
- 2002: Se lanza el portal Friendster, este sitio es pionero en la conexión de “amigos reales” online. Alcanza en tan solo tres meses los 3 millones de usuarios.
- 2003: Se inaugura MySpace, ideada inicialmente como un “clon” de Friendster. Desarrollada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en tan solo 10 días.
- 2004: Se lanza Facebook, en su inicio fue desarrollada como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su punto de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus estudiantes se suscribieron a la red social durante su primer mes de funcionamiento.
- 2006: Se inaugura la red de microblogging Twitter.
- 2008: Facebook pasa a MySpace como red social líder en visitantes mensuales únicos.
- 2011: Facebook alcanza los 600 millones de usuarios en todo el mundo, MySpace tendría 260 millones, Twitter en tercer lugar con 190 millones y Friendster en cuarto puesto con 90 millones.

Las redes sociales forman parte del diario vivir y de la rutina de las personas. El crecimiento en un pequeño lapso de años ha sido notable, más si se considera que cada vez son más los que se agregan y muchos otros que las utilizan con más repetición. Son muchos los usuarios que interactúan diariamente en las diferentes redes sociales existentes. Facebook, Instagram, Tik Tok y Twitter son los líderes actuales del movimiento de redes sociales y son las más utilizadas en internet.

Según Fernández (2011:8) las redes sociales “son Webs que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentran dentro de su propia red, en la cual pueden intercambiar fotografías, videos, mensajes instantáneos, entre otros”

A lo anterior (Aced, 2010:7), agrega que las redes sociales “Es una estructura puede ser física o virtual, y permite que las persona se conecten entre ellas según sus intereses y con fines diversos: personales, profesionales o de ocio. Una red social es un lugar donde conversar y en el que puede llegar a conformarse una comunidad, aunque no siempre suceda. Para lograrlo es necesario compartir intereses y afinidades, y que haya sentimiento de pertenencia entre sus miembros”.

En otro sentido expresa (Pakman, 1995:263) “la red es una metáfora que permite hablar de relaciones sociales aportando los atributos de “contención”, “sostén”, “posibilidad de manipulación”, “tejido”, “estructura” etcétera, tomados en préstamo de su modelo material (red de pescar).”

Sin embargo, estos medios digitales no son algo nuevo debido a que: “Las redes sociales estuvieron siempre presentes en la sociedad y funcionaron como vehículos para vincular a las personas. Pero hoy en día, esto ha adquirido mayor relevancia en el ámbito digital, ampliando su espectro ya no solo a las relaciones entre personas, sino también entre estas y las instituciones” (Colombo y otros, 2013:119).

Es así como se entiende que las redes sociales han estado siempre presentes dentro de las sociedades, en donde se conectan las personas, pero debido a los avances tecnológicos se han ido adaptando a los canales creando hoy en día tal facilidad para conectar con las demás personas.

## 2.8 Tipos de redes sociales

Según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de acuerdo a la naturaleza y funcionalidad de las redes sociales están divididas en dos grandes grupos que son: Directas e Indirectas.

### 2.8.1 Redes sociales directas

El ONTSI (2011:13) nos explica que son “aquellas que basan sus servicios a través de Internet en que exista colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que pueden controlar la información que comparten, interactuando entre sí en igualdad de condiciones” es decir, que son redes las cuales el usuario maneja a su gusto y conecta con personas de intereses similares.

Las redes sociales directas pueden categorizarse de diferente manera en de acuerdo al enfoque empleado como muestra la siguiente tabla:

**Tabla 1. Categorías de redes sociales directas en función del enfoque**

Según finalidad	Según modo de funcionamiento	Según grado de apertura	Según nivel de integración
De ocio	De contenidos	Públicas	De integración vertical
De uso profesional	Basada en perfiles: personales/profesionales	Privadas	De integración horizontal
	Microblogging		

**Fuente: ONTSI**

Si se toma en cuenta el objetivo que busca el usuario de la red social cuando la usa, se establecen las siguientes categorías:

Redes sociales de ocio. En este tipo el usuario busca principalmente entretenimiento y hacer más fluidas sus relaciones personales por medio de la interacción con otros usuarios. Esta puede ser mediante comunicándose, comentarios, o bien mediante el intercambio de información audiovisual o escrito. Por lo tanto, su principal función es impulsar las relaciones personales entre sus miembros.

Redes sociales de uso profesional: en estas plataformas el usuario busca primordialmente promocionarse, actualizarse en su campo o especialidad y acrecentar su agenda de contactos profesionales.

Algunos ejemplos de redes sociales directas son: Facebook, Wikipedia, Youtube, hi5, Instagram, LinkedIn, TikTok, MySpace, Fotolog (ONTSI,2011:13).

### **2.8.2 Redes sociales indirectas**

Son aquellas cuyos servicios brindados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen tener un perfil visible para todos, bajo el control de un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones alrededor a un tema concreto. Las redes sociales indirectas se pueden clasificar en foros y blogs:

- 1) Foro: es un servicio brindado en internet concebido, en sus inicios, para su uso por parte de especialistas dentro un área de un conocimiento específico o como herramienta de reunión con carácter informativo. En ellos se llevan a cabo intercambios de información, opiniones y valoraciones, existiendo un cierto grado de bidireccionalidad en la medida en que el usuario puede responder una pregunta planteada por otro o comentar la respuesta de alguien más.
- 2) Blog: estos son servicios prestados a través de Internet que normalmente cuentan de manera constante con actualización y donde suelen existir recopilaciones cronológicas de uno o varios autores. El uso de enlaces en las anotaciones suele ser contante y normalmente están administrados por el mismo autor responsable de su creación, en donde plasma aspectos que, a nivel personal, considera de interés o significativo.

En este tipo de redes sociales no puede existir el proceso de comunicación como en las de tipo directas, debido a la restricción de información y de espacios de opinión que estas plataformas proporcionan por lo que puede llegar a convertirse en un medio unilateral.



## **2.9 Facebook**

Facebook es una red social directa ya que en ella se desarrolla una colaboración entre grupos de personas que tienen intereses en común y que, relacionándose entre sí en iguales condiciones, pueden gestionar la información que comparten. Es una de las redes más populares que existen.

Según estadísticas “Actualmente cuenta con más de 800 millones de usuarios en todo el mundo” haciéndola la más utilizada a nivel mundial. También recalca en que “es por ello que las empresas utilizan esta red para la promoción de sus marcas o productos, ya que son conscientes del potencial de la misma, también impulsa la fidelización o escucha activa de sus clientes y potenciales, por lo que progresivamente han incorporado Facebook a sus estrategias de marketing y comunicación” (Colombo y otros,2013:12).

### **2.9.1 Historia de Facebook**

Facebook es una red social creada en 2004 por Mark Zuckerberg que la ideó para los estudiantes de Harvard que luego también adoptaron otras universidades en estados unidos, su función principal era que ellos pudieran comunicarse de manera sencilla y continuar en contacto fuera de la casa de estudios. Así fue como se comenzó a formar la comunidad virtual más grande exitosa a nivel mundial.

A continuación, se presenta un cronograma anual de la historia de Facebook desde su creación (ONTSI,2011, p. 155).

- 2004: Mark Zuckerberg crea la red social en febrero de ese año para unir una población de estudiantes de la universidad de Harvard, en la cual estudiaba. Ese mismo en diciembre alcanza el millón de usuarios.
- 2005: registra a los 5,5 millones de usuarios.
- 2006: llega a 12 millones de usuarios y se expande exitosamente en la India.
- 2007: en octubre supera los 50 millones, e inicia su expansión en español, ganando gran cantidad de usuarios de las comunidades latinas.
- 2008: el crecimiento de Facebook es masivo, alcanza los 100 millones de usuarios.
- 2009: en tan solo un año triplica la cantidad, llegando a 350 millones de usuarios.
- 2010: llega a 400 millones de usuarios.

- 2010: el número de usuarios activos es de 500 millones.
- 2010: 535.297.180 son los usuarios que tiene en octubre usuarios.
- 2011: obtiene 800 millones de usuarios activos en noviembre.
- 2020: llega a 2 mil 990 millones de usuarios en septiembre.

Su expansión masiva a nivel mundial causa la incorporación de un sinfín de aplicaciones para esta herramienta, expandiendo su experiencia de usuario en diferentes aspectos.

Siendo Facebook la red social con mayor cantidad de usuarios (2 mil 990 millones de usuarios a septiembre de 2020), se ha convertido en una herramienta útil para las empresas, sobre todo para las pequeñas y medianas empresas, por su impacto masivo, al menor costo y de manera directa, ya que permite interactuar la interacción con cada cliente, actual o potencial. Adicionalmente, también se podrán conocer algunas de sus características a partir de las cuentas de éstos (esta es tomada como la red social que se centra en la personalidad de las personas), lo cual permitirá una elaboración más estratégica de las comunicaciones que se hagan y una mejor segmentación de las mismas (Colombo, Domínguez, Gil, 2013, p. 122).

## **2.9.2 Las principales diferencias entre perfil y página de Facebook**

Entre la variedad de redes sociales que tienen la aprobación en el mundo, de las que se dedican a ofrecer servicios diferenciados entre perfiles personales y empresas Facebook es una de las que más se dedica a ello. Constantemente innovando y mejorando su plataforma, ya que son conscientes que atienden a un público muy variado.

Si el usuario desea utilizar la plataforma para uso personal como seguir las novedades de sus contactos, lo ideal es crear un perfil. Sin embargo, promover un negocio por medio de la plataforma con marketing digital, lo mejor es crear una *fan page* (pagina).

### **2.9.2.1 Cómo es un perfil de Facebook**

El perfil fue la función principal cuando se creó esta red social, es la versión de la plataforma para personas físicas.

Este contiene información personal del propietario, como el lugar donde reside o lleva a cabo sus estudios, sus amigos y una cronología con fotos, videos y notas vinculados únicamente al dueño del perfil. Este tipo también con varias herramientas de uso personal (avisos de cumpleaños, agenda de eventos, juegos y muchas otras).

Lo que es publicado a través de un perfil busca una interacción más individual y es “firmado” por el usuario.

### **2.9.2.2 Cómo es una página de Facebook**

La página cuenta con un objetivo distinto. Esta no se centra en alimentar intereses o compartir novedades diariamente con un círculo de amigos, sino presentar contenidos de una forma más comprometida y profesional con ciertas metas comerciales.

Las páginas de Facebook cuentan con una variedad de herramientas entre las que sobresalen: la programación de publicaciones, agregar la dirección o ubicación física, administrarla

mediante distintos usuarios y publicar en nombre de una entidad y no de una persona en particular (Vasquez,2019)<sup>8</sup>.

### 2.9.2.3 Comparación entre perfil y página de Facebook

Las principales diferencias entre las dos formas de usar esta red social se detallan en la siguiente tabla:

<b>Perfil</b>	<b>Página</b>
Para uso personal (no comercial).	Para uso profesional.
Los otros usuarios te agregan como amigo.	Los otros usuarios hacen clic en “me gusta”.
Cantidad de amigos ilimitada.	Cantidad de “me gusta” ilimitada.
Administrado por un único usuario.	Administrado por múltiples usuarios.
Nivel único de administración.	Distintos niveles de administración (Editor, administrador, moderador, etc.).
Personalización básica (foto de perfil y de portada).	Personalización avanzada (foto de perfil, portada, y plugins, por ejemplo).
-	Información de la persona jurídica (marca).
-	Pestañas especiales.
-	Estadísticas (Facebook Insights).
-	Plataforma de anuncios (Facebook Ads).

Fuente: Elaboración propia basado en “Las principales diferencias entre perfil y página de Facebook” (Vásquez, 2017)

<sup>8</sup> Vásquez, Alejandro (2019) Principales diferencias entre perfil y página de Facebook. Recuperado 2 de octubre 2019, <https://www.tiendanube.com/blog/principales-diferencia-entre-perfil-y-pagina-de-facebook/>.

### **2.9.3 Facebook como vía de expresión**

Dentro de la plataforma de Facebook existen espacios o formas en las cuales los seguidores pueden expresarse, los cuales son: comentarios y reacciones.

Los comentarios son el “contenido que las personas dejan por escrito en un post” y las reacciones “corresponden a la lista de opciones que las personas pueden elegir para expresar su sentimiento hacia una publicación, las más frecuentes son: Me gusta, Me encanta y Me enoja” (Civic Brain University,2019)<sup>9</sup>.

Debido al gran número de usuarios con la que Facebook cuenta se ha vuelto una plataforma necesaria de utilizar para las pequeñas y medianas empresas por el impacto que las redes sociales tienen.

Los medios de comunicación a nivel nacional como a nivel comunitario deben de contar con esta plataforma para abarcar mayor impacto al generar información. “Facebook es un lugar en donde los usuarios consultan constantemente, por su disponibilidad total durante cualquier momento del día para interactuar. Esto lleva también a que sea un medio de expresión de quejas por parte de los usuarios”(Colombo et al. ,2013: 124).

De esta manera Facebook se convierte en una verdadera plataforma de comunicación debido a la realimentación que esta tiene por medio de los comentarios siendo bilateral.

#### **2.7.3.1 Facebook, plataforma comunicacional**

Algunas de las recomendaciones que incluir una página para tener aceptación por de los usuarios son:

- La primera definición que debe tomar la empresa para enviar un mensaje clave a los clientes, tanto actuales como potenciales, es si va a tener un perfil de usuario o de empresa.
- El diseño comunica la identidad que la empresa quiere mostrar al público. Debe generarse estratégicamente debido a que esta genera un gran impacto, por ello debe evitar elegir cualquier foto de perfil o portada sin antes analizar

---

<sup>9</sup> Civic Brain University (2019) 17 conceptos para entender mejor Facebook, Recuperado 10 de septiembre de 2019, <https://intercom.help/UniversidadCB/es/articles/977973-17-conceptos-para-entender-mejorfacebook>.

el contexto. Los usuarios deben encontrar fácilmente la información sobre la empresa, esta debe ser clara y concisa, para que puedan identificar si allí está lo que buscan.

- Responder los mensajes de los usuarios en un tiempo prudente, ofrece mayores posibilidades de contacto, con una mayor constancia en las publicaciones y generación de contenido. Esto puede demostrar la importancia que tiene para la empresa por sus seguidores. Comunicar esto, de forma conveniente en cada contexto, mejorará la imagen de la empresa en relación con su público.
- Cuidar las imágenes y el léxico que se usa, manteniendo la cercanía, de manera resumida y precisa sin caer en la vulgaridad. Esto es clave en la percepción que los usuarios tendrán de la empresa.
- La información que se publica, la cantidad de veces que se hace y en que horario, comunican una parte esencial de la empresa de acuerdo a la segmentación que se haga. (Colombo y otros, 2013:124).

## **2.10 Pinula TV “es tu canal”**

El canal tuvo su primera transmisión el 8 de diciembre de 2006 “tomando como base la programación de un canal mexicano, surge en San José Pinula un canal de televisión por cable. Se le ha denominado “Pinula TV” y puede verse en el canal 42 de Pinula Visión” (Gómez, 2011:49).

Para su creación tuvo un enfoque social, según se señala “el canal está abierto con una proyección social. Desde aquí se apoyará a las entidades públicas y cuando la gente necesite de un servicio social puede hacerse gratuitamente” (Gómez 2011:49).

Actualmente Pinula TV maneja en su totalidad el canal 42, dejando de lado la antigua programación mexicana, transmitiendo eventos locales, programas familiares, películas, musicales, etc.

Su imagen gráfica está compuesta de una combinación del número de canal (42) dentro de la silueta que representa el arco ubicado en la municipalidad de San José Pinula, con los colores negro y anaranjado.



### **2.11 Página de Pinula Canal en Facebook**

La página oficial de Facebook del Canal 42 Pinula TV tiene como nombre “Pinula Canal” y fue creada el 2 de octubre de 2012, Actualmente cuenta con 66,129 me gusta y 68,361 seguidores (Facebook Pinula Canal, 2019)<sup>10</sup>.

El contenido compartido en la página es de carácter periodístico y social, debido a que se publican noticias del municipio, así como información de carácter social (oportunidades de trabajo, documentos extraviados, mascotas perdidas, etc.) que en oportunidades surge por sugerencia de algún seguidor. En algunas ocasiones también se producen los anuncios publicitarios para los clientes.

Para la transmisión noticiosa no existe un horario específico, mediante se van presentando los hechos se van compartiendo en su página de Facebook y en otras redes sociales. También se comparte contenido corporativo y de interacción con los usuarios, como encuestas, votaciones para proyectar películas en el canal, entre otros.

---

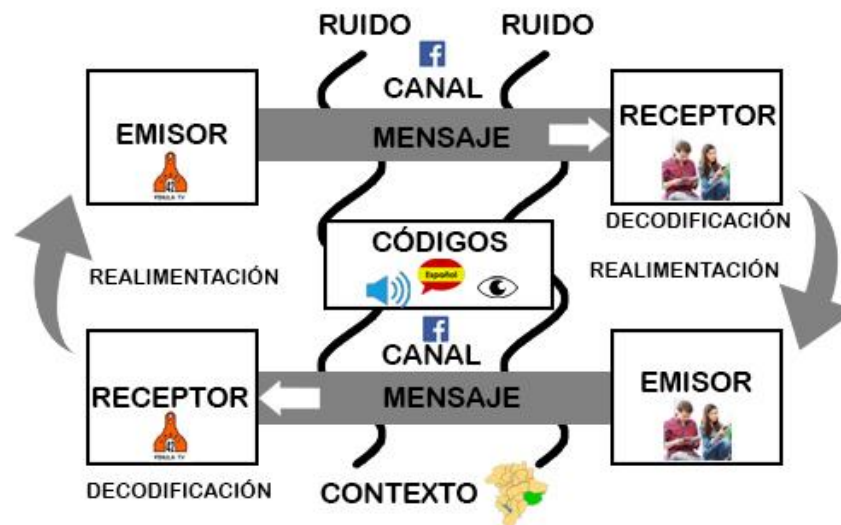
<sup>10</sup> Pinula canal (2019) Página Pinula canal, Recuperado 9 de octubre 2019, <https://www.facebook.com/pinula.canal/>.

### 2.11.1 Esquema de los elementos de la comunicación en el Facebook de Pinula TV



Fuente: Elaboración propia en referencia a Esquema de la comunicación (Carillas, 2013:7)

Es importante involucrar en esta plataforma digital (Facebook de Pinula TV) otros elementos en el esquema de comunicación, tales como la decodificación, la realimentación y el ruido. Tomándolos en cuenta tendremos una panorámica distinta de este proceso:



Fuente: Elaboración propia en referencia a Esquema de la comunicación (Dominick, 2001:6)



El medio publica contenido en sus plataformas oficiales, así como también los televidentes y seguidores opinan respecto a los diferentes temas tratados en los posts, creando la realimentación para que se genere la comunicación, tomando ellos el sitio de emisor y la Fan Page de canal 42 como el receptor del mensaje.

Facebook y las nuevas redes sociales ayudan a tener mayor contacto con los seguidores del medio creando mayor comunicación con el lector, así como también el acceso a la información publicada. Esta nueva línea digital según Bustamante y otros (2002:159) “evidenció ventajas respecto a los tradicionales servicios de hemeroteca: facilidad de conservación de los contenidos periodísticos y la rapidez en la recuperación de la información”.

Algunos autores experimentados en la materia de prensa como Armentia et al., (2000) aseguran que “no cabe discusión alguna sobre las ventajas de esta nueva forma de almacenamiento de información al compararla con los métodos clásicos” debido a la accesibilidad que Facebook proporciona a los usuarios.

De esta manera podemos notar la importancia que tiene la página de Facebook de Canal 42 Pinula TV para el medio, así como la accesibilidad de los usuarios de utilizarla como medio de expresión, usando la plataforma para la realimentación.

## Capítulo III

### 3. Marco Metodológico

#### 3.1 Método

El enfoque empleado es mixto debido a que se usará la observación para análisis del comportamiento de los televidentes en las redes sociales del canal y también se utilizará la técnica de la encuesta para determinar algunos aspectos, estos “son la integración sistemática de los enfoques tipo cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una ‘fotografía’ más completa del fenómeno” (Johnson, R. B. y Onwuegbuzie, A. J, 2004:14).

La teoría de la comunicación que dará soporte a la investigación es la del Conductismo, que habla “de los efectos que los medios logran en el público, ésta entiende y percibe que la gente se deja persuadir de los medios sólo si quiere y, por lo tanto, ya no asume al público como una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con la capacidad de decidir qué es lo que quieren ver, cuándo y cómo” (Enciclopedia Banrepcultural, 2019)<sup>11</sup>.

#### 3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación será descriptivo. Según Vásquez (1998) “investiga hechos que se observan directamente, delinea, lo que es, comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos” (p.68)

---

<sup>11</sup> Banrepcultural (2019) Teoría de la comunicación y algunas corrientes, Recuperado 3 de octubre 2019, [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_Comunicaci%C3%B3n\\_y\\_algunas\\_corrientes#Teor.C3.ADa\\_de\\_los\\_efectos](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa_de_la_Comunicaci%C3%B3n_y_algunas_corrientes#Teor.C3.ADa_de_los_efectos)

### **3.3 Objetivos**

#### **3.3.1 Objetivo General**

Comprobar el uso de la plataforma de Facebook como medio de expresión de los televidentes de canal 42 Pinula TV en San José Pinula.

#### **3.3.2 Objetivos específicos**

- Examinar el seguimiento que dan los televidentes al canal 42 en Facebook para informarse acerca de las noticias del municipio.
- Comprobar el cumplimiento del proceso de comunicación mediante la realimentación entre los televidentes y la fan Page de Facebook de canal 42.
- Medir la aceptación de la página de Facebook “Pinula canal” como medio de expresión de los televidentes de Pinula TV.

### **3.4 Técnicas**

- Investigación documental e internet
- Encuestas
- Observación

### **3.5 Instrumentos**

- Cuestionario de preguntas
- Facebook
- Google Forms

### **3.6 Población o universo**

La población de estudio en la presente investigación la conforman personas de ambos sexos, comprendidos entre las edades 18 a 45 años, de la Fan Page en Facebook de Pinula TV y residan en el casco central de San José Pinula (79,844 según el INE en 2018), el cual está ubicada en el departamento de Guatemala.

### 3.7 Muestra

En la presente investigación la técnica de muestreo que será utilizada es la denominada fórmula de poblaciones finitas. Este tipo de muestreo consiste en la selección de una parte de los elementos de una población estadística, con el objetivo de sacar conclusiones de dicha población dando un resultado final de 205 encuestas.

La fórmula se usa cuando la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar, la fórmula sería:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde: • N = Total de la población •  $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%) • p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05) • q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95) • d = precisión (en su investigación use un 5%).

### 3.8 Procedimiento

Se realizó la recopilación de datos por medio de una encuesta electrónica, utilizando formularios de Google. Se le envió el link (<https://forms.gle/XtkwBQDTkGqEBocm8>) a personas residentes de San José Pinula a partir de los 18 años mediante WhatsApp y Messenger.

## Capítulo IV

### 4. Análisis de Resultados

Los datos proporcionados por las encuestas, reflejan información porcentual sobre los usuarios, actividades, y datos relacionados a Facebook como canal de expresión de los televidentes del canal 42 en San José Pinula.

La población total de pobladores en dicho lugar es de 72,161 (según el INE en 2018), como muestra de acuerdo a la fórmula de poblaciones finitas se ha encuestado a 205 pobladores.

Los datos recabados por las encuestas responden a fines académicos para la realización de la presente investigación.

#### 4.1 Graficas

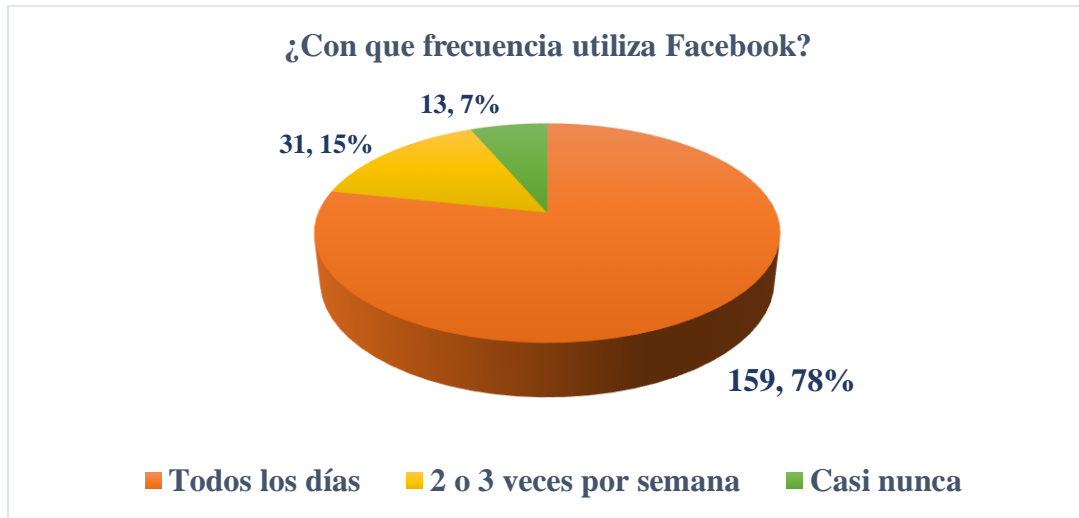
El cuestionario estaba conformado por 12 preguntas el cual se realizó de manera electrónica por medio de la herramienta de formularios de Google.

##### 1. ¿Utiliza Facebook?



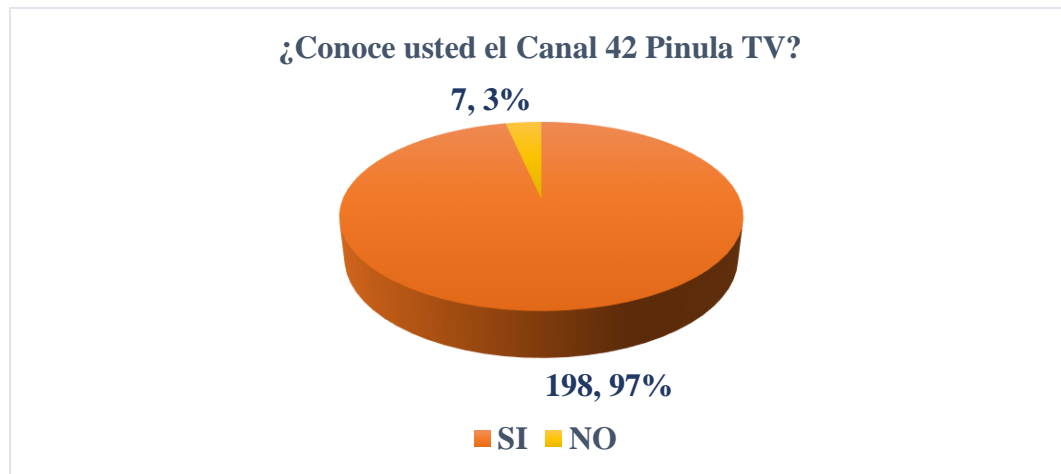
En su mayoría los entrevistados que si utilizan la plataforma Facebook es del 97%, esto refleja la importancia del uso de esta red social dentro de la comunidad.

2. ¿Con que frecuencia utiliza Facebook?



El uso Facebook es constante dentro de los encuestados, al menos el 78% de ellos, utilizan la plataforma diariamente.

3. ¿Conoce usted el Canal 42 Pinula TV?



La gran mayoría de los encuestados con el 97% conoce el objeto de estudio Canal 42, Pinula TV. Se familiarizan con el nombre del medio de comunicación dentro de la comunidad.

4. ¿Sigue a Pinula TV en Facebook?



Al menos la tercera parte de los encuestados que utilizan Facebook siguen la página de Canal 42 Pinula TV llamada "Pinula canal".

5. ¿Hace cuánto tiempo sigue a Pinula TV en Facebook?



Al ser un medio de comunicación con años de antigüedad dentro de la comunidad, más de la mitad de los encuestados siguen hace mucho tiempo la página de Pinula TV en Facebook.

6. ¿Se entera usted de las noticias y anuncios de canal 42 por Facebook?



Al cubrir noticias y hechos dentro de la comunidad de San José Pinula y sus alrededores, la página si es un medio de información utilizado por los encuestados con el 73%.

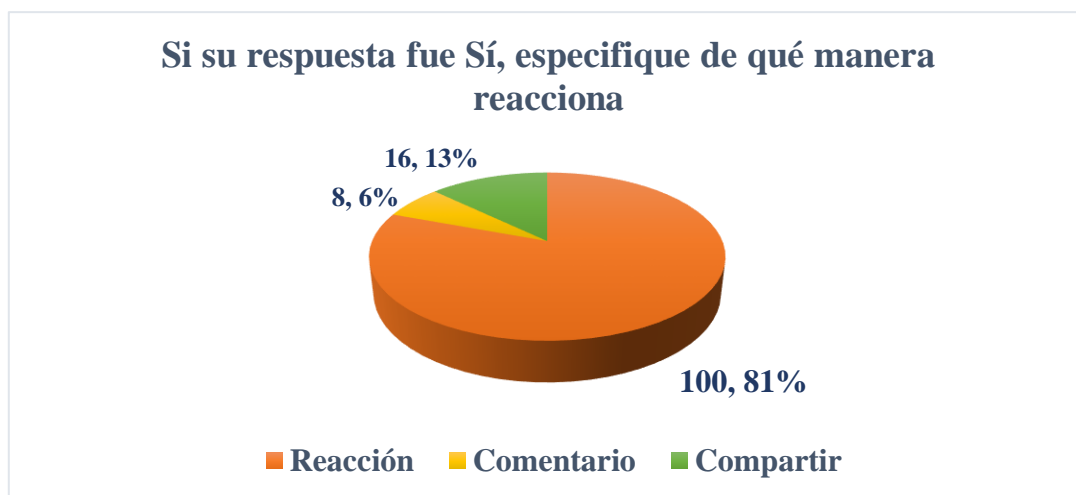
7. ¿Ha reaccionado alguna vez a una publicación de canal 42 Pinula TV?



Existe la realimentación por parte de los encuestados hacia las publicaciones de Canal 42 por medio de las reacciones, pero en su mayoría con el 59% los encuestados no realizan ninguna acción hacia ellas.

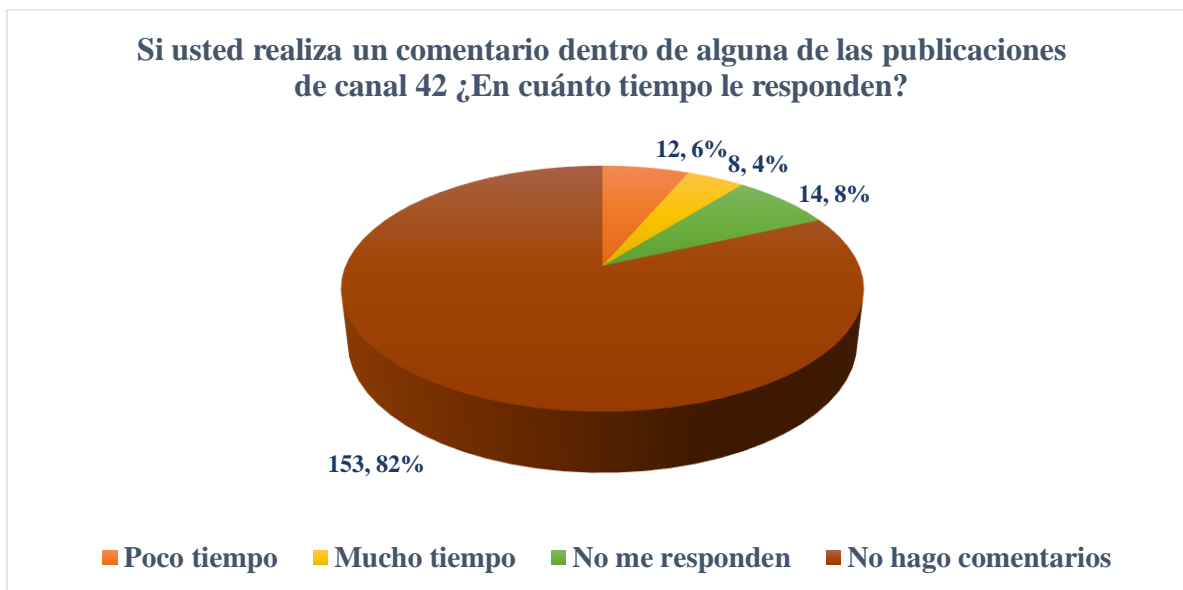


8. Si su respuesta fue Sí, especifique de qué manera reacciona



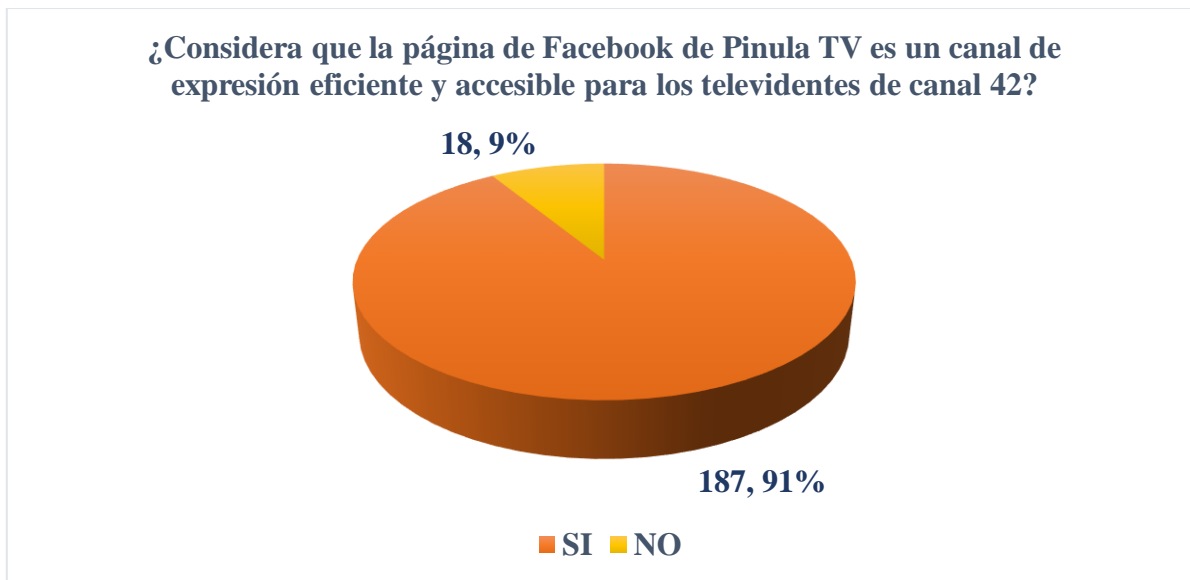
Cuando los encuestados responden a una publicación lo hacen por medio de las reacciones de Facebook (me gusta, me encanta, me enoja y me divierte), el 13% de las personas comparten la publicación a sus amigos y el 6% realiza un comentario.

9. Si usted realiza un comentario dentro de alguna de las publicaciones de canal 42 ¿En cuánto tiempo le responden?



En la gráfica anterior se demuestra que la mayoría de encuestados no realizan comentarios dentro de las publicaciones. Solamente el 8% de las ocasiones se observan reacciones, sin embargo, solo reciben respuesta por parte del medio el 6% de las ocasiones.

10. ¿Considera que la página de Facebook de Pinula TV es un canal de expresión eficiente y accesible para los televidentes de canal 42?



La mayoría de los encuestados consideran, o sea el 91% responden positivamente a la pregunta si Facebook es un canal de expresión eficiente y accesible.

11. ¿Considera que las publicaciones son hechas con un tiempo adecuado en el día?



Según la opinión de los encuestados, las publicaciones que se hacen en la página son realizadas en el tiempo adecuado.

12. De una recomendación a Canal 42 Pinula TV para mejorar la forma en que utilizan Facebook:

- Poner las noticias al instante (2).
- Ninguna (2).
- Actualicen con más frecuencia las noticias.
- El tipo de diseño que utilizan, que sea más ordenado.
- Tener más interacción con los seguidores de su fan page.
- No mostrar comentarios de las publicaciones.
- Compartiendo más noticias en Facebook.
- No mostrar imagines tan fuertes, ni sangrientas en las noticias de accidentes.
- Contestar con más precisión las solicitudes o requerimientos de los clientes, o seguidores de Facebook.
- Dar prioridad a noticias o eventos significativos para la población. En ocasiones publican contenido que no despierta mayor interés en los usuarios.
- Veo poco el canal, pero lo que he visto me agrada.
- Mas información sobre las noticias.
- Utilizar una mejor redacción en las noticias publicadas, más profesionalismo en las publicaciones.
- Es muy buena sigan así.
- Que traten de capacitar más a los reporteros ya que algunos al dar la nota son muy repetitivos en lo que está sucediendo, y considero que lo que a uno le interesa es saber más sobre lo acontecido.
- Mejorar la señal de cable e internet.
- Ya no cuento con el servicio de cable por lo cual el Facebook me ha servido de mucho para estar en contacto.
- Quizás que las noticias las publiquen más rápidamente, ya que otros medios informan antes que Canal 42.
- Publicar solo noticias locales.
- Que sus publicaciones sean públicas, no solamente para sus seguidores.

- Mas noticias y más profundas.
- Que suba más noticias al instante.
- Que sean más eficientes para subir las noticias hay veces que suben todo tarde
- Tener más programas que entretengan y no pasen demasiadas repeticiones de un mismo programa.
- Ser más profesionales.
- Que cuando haya sucesos como accidentes o todas las cosas que informan que sean claros porque a veces solo pasan el en vivo y nunca se sabe qué fue.
- Ser menos amarillistas y más rápidos en dar noticias.
- Todo muy bien, solo deben mejorar la forma de expresión a la hora de dar una nota en transmisión en vivo.
- Mejor redacción.
- Mejorar las transmisiones en vivo ya que muchas veces se ven borrosas.
- Actualizar contenidos frecuentemente.
- Que den a conocer más noticias locales del municipio y sus alrededores.
- Por medio de Facebook nos informamos de lo sucedido en pueblo.
- Para mi están trabajando muy bien que sigan así.
- Promociones. Cosas más dinámicas.
- Que den a conocer noticias de sus aldeas aledañas.
- Se ven pocas noticias, y mucho fútbol.
- Publicar más cosas de lo que sucede en San José Pinula.
- Mejorarla calidad de las personas que laboran dentro de los programas porque la mayoría no está capacitada y al momento de desarrollarse los cortos informativos, los programas de entretenimiento, entre otros se ve mal y ocasionan que uno mejor cable al televisor.
- Más rápido las noticias.
- Pongan mejores conductores.
- Dar los datos correctos, verificar antes de publicar.
- Mejorar manera de expresarse, y tener mejor calidad de equipo.

- Mayor censura en las publicaciones. Preparar a las personas que realizan las entrevistas y noticias pues su tono de voz a veces es molesto. Además de que tienen que tener una mejor expresión y relación dentro de las noticias.
- ¡Muy recomendable!
- Sigam publicando que son un medio de comunicación efectivo en San José Pinula.
- Me gustaría que cuando se transmite una noticia en vivo se publique pronto algún texto con la información de lo mismo. En mi caso no me agrada ver todo el video para saber qué es lo que sucedió.
- Tener un poco más de profesionalismo en sus reporteros.
- Con mucho respeto, ampliar el vocabulario de las personas que dan las noticias, repiten demasiado las mismas expresiones, cuando narran un evento o dan noticias.
- Que no se convierta en un canal amarillista y que sus publicaciones siempre sean profesionales y objetivas.
- Buscar profesionalismo al emitir noticia.
- Que se tomen su tiempo para hacer una buena redacción en sus publicaciones clara y bien detallada y Que indiquen su programación diaria sobre lo que van a dar en el día y la hora.
- Estar al pendiente de los hechos para que las noticias sean al instante.
- Sigam mejorado.
- Mejorar redacción y reportaje cuando transmiten en vivo.
- Que den la información completa.
- Bueno a mí me parece bien su trabajo.
- Darlo a conocer más para obtener más seguidores y de esta manera quemas personas residentes de San José Pinula estén informadas de las noticias locales.
- Mejorar su participación en las redes sociales.
- Que la forma de expresión de los periodistas y reporteros sea más profesional.
- Ser un poco más prudentes en cuanto a las imágenes de personas heridas o fallecidas.
- ¡Sigam adelante, buen trabajo!
- Mejorar presentadores y redacción.
- Publiquen videos cortos de actividades.

- Censurar las noticias con imágenes muy impactantes.
- Mantener al tanto la información a los usuarios.
- Todo bien.
- Adelante canal 42.
- Estar pendiente de las líneas de Internet.
- Tengan a una persona encargada de medio digitales en redes sociales.
- Se puede llamar la atención del público por medio de actividades, rifas, torneos de PlayStation o así para el público que se aburre de las noticias.
- Censurar más las imágenes, a veces son muy fuertes.
- No los sigo en Facebook, no veo su canal.
- De momento la información brindada a todo lo acontecido es muy bueno.
- Responder un poco más rápido gracias.
- Tener más constancia, tener más noticias para ganar más seguidores.
- A veces tienen que ser más discretos con las noticias que suben respecto a personas heridas o fallecidas porque en ocasiones son muy impactantes y pues tienen que tener respeto por la persona afectada y hacia los familiares.
- Qué siempre informen de todos los acontecimientos sucedidos
- Mejorar la forma de decir las noticias que dan en directo por Facebook.
- Es importante que se preparen los presentadores, además de ser más cuidadosos con la redacción.
- únicamente que revisen la ortografía, al redactar.

La mayoría de los encuestados están de acuerdo en que la página de Facebook de Canal 42 Pinula TV, es un medio accesible para informarse. Algunos sugieren un tratamiento menos amarillista en las publicaciones y otros que mejore la claridad en los mensajes de los conductores del canal para una mejor comprensión. Otra sugerencia que se repite es la de crear más espacios de opinión.

## Conclusiones

- La red social Facebook es actualmente un medio de información importante utilizado por muchas personas en San José Pinula. El 78.7% de los encuestados lo utilizan diariamente.
- Los encuestados tienen conocimiento de la existencia de Canal 42 y un 76% le sigue en esta plataforma por lo que se concluye en que la página tiene un seguimiento considerable dentro de los residentes de la localidad y le siguen en su mayoría hace mucho tiempo.
- La página de Pinula TV es un medio de información en el cual los encuestados están en constante monitoreo para enterarse de los últimos sucesos del municipio y sus alrededores.
- La mayor interacción de parte de los encuestados con las publicaciones de la página se da por medio de las reacciones de Facebook, un bajo porcentaje comparte la información en sus perfiles y el porcentaje más bajo comenta las publicaciones.
- La realimentación por parte de los seguidores de la página de Facebook de Pinula TV se da por medio de reacciones.
- Si los seguidores de la página realizan un comentario, no existe una respuesta o realimentación por parte de la página del Canal 42 ya que no responden los comentarios realizados.
- Los seguidores de la página aprueban el tiempo en que se realizan la publicación de las noticias y consideran que es un medio accesible y eficiente.
- Los encuestados están de acuerdo en que la página de Pinula TV, es un canal accesible para informarse, pero tiene pocos espacios de opinión.
- De acuerdo a los resultados de las encuestas, la página de Facebook de Pinula TV, es un medio accesible para los televidentes, pero no está del todo bien aprovechado, existen algunas áreas de oportunidad para mejorar los canales de comunicación con los seguidores.

## **Recomendaciones**

- Generar mayor cantidad de espacios de expresión para los seguidores del canal 42 Pinula TV, de esta manera se creará mayor interacción con ellos, esto creará una comunidad de seguidores con mayores vínculos.
- Responder en un tiempo adecuado (comentario o reacción) a los comentarios de los seguidores de la página. Los seguidores estarán satisfechos y notarán importancia dentro de la comunidad.
- Generar mensajes que sean más fácilmente entendibles por los seguidores, a manera de que sean claros y con una correcta redacción para su mayor comprensión.
- Reducir la duración de los videos y sintetizar la información para mayor comprensión de la misma.
- Promocionar la página por medio de pauta para ganar un mayor número de seguidores locales. Así la página llegará al porcentaje faltante de televidentes que no tienen conocimiento de la misma.
- Minorizar la cantidad de contenido explícito (nota roja o sensacionalista) en las noticias debido a que la mayoría de seguidores son susceptibles a dicho contenido gráfico o informático.



## Referencias Bibliográficas

1. Aced, Cristina, 2010, Redes Sociales en una semana, Barcelona: Centro Libros PAPP, S.L.U.
2. Anleu Mejía, Alba Mariana (2017), Aportes de la red social Facebook en el campo de la comunicación digital Tesis, Guatemala, ECC – USAC.
3. Aragón Godoy, Lesbia Eunice (2012), Facebook, herramienta de comunicación del colegio evangélico la patria de Guatemala Tesis, Guatemala, ECC- USAC
4. Armetia, J.Y.; Caminos, J.M.; Elexgaray, J.; Marín, F. y Merchán, I., 2000, El diario digital. Análisis de los contenidos texturales, aspectos formales y publicitarios, Barcelona: Bosch.
5. Barahona, Elías y Regina Miranda, 2006, Comunicación y Cambio Social, Guatemala.
6. Bustamante, Enrique, 2002, Comunicación y cultura en la era digital, Barcelona: Gedisa.
7. Carillas, Víctor, 2013, Manual sobre los géneros periodísticos, Guatemala.
8. Colombo, Federico, Domínguez, Fernando y Gil, Guillermo (2013), Manual de uso de internet y redes sociales para ymes Click al futuro.
9. Dominick, Joseph R., 2001, La dinámica de la comunicación masiva, México: McGraw-hill / Interamericana de México.
10. Fernandez, Borja ,2011, Las Redes Sociales. Lo que hacen sus hijos en internet, Alicante: Editorial Club Universitario.
11. Ferreyra Cortés, Gonzalo (1996), Internet paso a paso, México: Alfaomega Grupo Editor.
12. Gómez, Luis Orlando (2011), Crónicas de Pinula, Guatemala: Guerra Impresos.
13. Guardia de Viggiano, Nisla Victoria (2009), Lenguaje y Comunicación, San José: Coordinación educativa y cultural centroamericana.
14. Interiano, Carlos, 2003, Semiología y Comunicación 8. En: Flores de Gortari y Sergio Orozco Gutiérrez. Hacia una comunicación Administrativa Integral, México, Editorial Trillas 1980.
15. Islas, Octavio y Ricuarte, Paola (2013), Investigar las redes sociales, México: Tecnológico de Monterrey.

16. Johnson, R. B. y Onwuegbuzie, A. J (2004) Investigación de métodos mixtos: un paradigma de investigación cuyo tiempo ha llegado, L.A, American Educational Research Association.
17. Kress Paz, Max Geovanny (2015), La efectividad de la publicidad en las redes sociales Facebook, Twitter y el blog Tesis, Guatemala, ECC-USAC.
18. McLuhan, Marshall (1996) Comprender los medios de Comunicación, Cambridge. Massachusetts: The MIT Press.
19. Mejía Cruz, Oti Elisabeth (2012), uso de las redes sociales como medio comercial Tesis, Guatemala, ECC- USAC.
20. Ongallo, Carlos (2007), Manual de comunicación, Madrid: Editorial Dykinson S.L.
21. Ontsi (2011) Las redes sociales en internet, Fondo europeo de desarrollo regional.
22. Pakman, M., 1995, Redes: una metáfora para la práctica de intervención social. Buenos Aires: Paidós.
23. Santos García, Dionne Valentina (2012), Fundamentos de la comunicación, México: Red tercer milenio.
24. Talens, Sergio y Hernández, José (1998), Internet redes de computadoras y sistemas de información, Madrid: Editorial Paraninfo.
25. Zamora García, Alba Cecilia (2013), Análisis de preferencia de los medios de comunicación y su programación en el municipio de San José Pinula, Departamento de Guatemala Tesis, Guatemala, ECC-USAC.

## E-grafía

1. [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm)
2. <http://elpilon.com.co/la-sociedad-los-pulgares/>
3. [https://elpais.com/diario/2008/05/12/opinion/1210543212\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/05/12/opinion/1210543212_850215.html)
4. [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m6\\_1\\_redes\\_sociales/el\\_entorno\\_de\\_facebook.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m6_1_redes_sociales/el_entorno_de_facebook.html)
5. [www.onlineschools.org](http://www.onlineschools.org)
6. <http://practicadocentemexico.blogspot.com/2013/03/metodos-de-investigacion-mixto-un.html>
7. [www.rae.es](http://www.rae.es)
8. [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm)
9. [www.abcpedia.com](http://www.abcpedia.com)
10. <https://www.facebook.com/pinula.canal/>
11. <https://intercom.help/UniversidadCB/es/articles/977973-17-conceptos-para-entender-mejor-facebook>
12. <https://dle.rae.es/?id=HL0WDTE>
13. [https:// www.tiendanube.com/blog/principales-diferencia-entre-perfil-y-pagina-de-facebook/](https://www.tiendanube.com/blog/principales-diferencia-entre-perfil-y-pagina-de-facebook/)
14. [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_Comunicaci%C3%B3n\\_y\\_algunas\\_corrientes#Teor.C3.ADa\\_de\\_los\\_efectos](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa_de_la_Comunicaci%C3%B3n_y_algunas_corrientes#Teor.C3.ADa_de_los_efectos)
15. <https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/internet.html>

## Anexos

### Encuesta: Facebook, Twitter e Instagram como medio de expresión para los televidentes de canal 42 Pinula TV en San José Pinula

1.	¿Utiliza Facebook?		
	Si	no	
2.	¿Con que frecuencia utiliza Facebook?		
	Todos los días	2 0 3 veces por semana	Casi nunca
3.	¿Conoce usted el Canal 42 Pinula TV?		
	Si	no	
4.	¿Sigue a Pinula TV en Facebook?		
	Si	no	
5.	¿Hace cuánto sigue a Pinula TV en Facebook?		
	Poco tiempo	Mucho Tiempo	
6.	¿Se entera usted de las noticias y anuncios de canal 42 por Facebook?		
	Si	no	
7.	¿Ha reaccionado alguna vez a una publicación de canal 42 Pinula TV?		
	Comentario	Reacción	Compartir
8.	Si usted realiza un comentario dentro de alguna de las publicaciones de canal 42 ¿En cuánto tiempo le responden?		
	Poco Tiempo	Mucho Tiempo	No me responden No hago comentarios
9.	¿Considera que la página de Facebook de Pinula TV es un medio de expresión eficiente y accesible para los televidentes de canal 42?		
	Si	no	
10.	¿Considera que las publicaciones son hechas con un tiempo adecuado en el día?		
	Si	no	
11.	De una recomendación a Canal 42 Pinula TV para mejorar la forma en que utilizan Facebook.		

## Cobertura de eventos en vivo



## Banner de programa



## Set del canal en programas



## Página de PINULA TV

**199 Años**  
DE LIBERTAD E INDEPENDENCIA  
**Guatemala**  
ITU NOMBRE INMORTAL!

**Pinula Canal**  
@pinula.canal · Canal de televisión

[Contactarnos](#)  
pinulavision.com

Inicio Información Fotos YouTube Más

Te gusta Mensaje

**Información** Ver todo

Ir al sitio web  
<http://www.pinulavision.com/>

Canal de televisión local de San José Pinula.

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

Pinula Canal 7 h · 🌐

## Post de noticia en Facebook

**Pinula Canal**  
1 d · 🌐

**AMPLIACIÓN**  
Accidente en carretera a El Salvador Km. 15.5

Un ayudante de bus extraurbano falleció al caer de la unidad según testigos, el piloto de la unidad de "Transportes Cubanita" que se dirigía hacia Nueva Santa Rosa fue identificado como Tito Franco Herrera de 34 años.

El ministerio público ya se encuentra en el lugar para iniciar con la investigación y levantar el cuerpo del ahora fallecido. ... [Ver más](#)

👍 😍 😞 265

5 comentarios 39 veces compartido