



UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Licenciada en Comunicación Social con mención en Producción Audiovisual y Multimedia

TEMA:

Influencia de libre acceso y modificación de la información en las redes sociales

Caso: Periodistas Secuestrados de Diario El Comercio

TÍTULO:

Influencia de las redes sociales en la manera de hacer y consumir información

Caso Periodistas Secuestrados

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Lenguaje

Autora:

Vizueta Moris Cristina Katuska

Tutor:

Msc. Mosquera González Marlene Magaly

Año:

2019-2019

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo **Vizueta Moris Cristina Katuska Moris**, con documento de identificación N° **0953807245**, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado intitulado: **“Influencia de libre acceso y modificación de la información en las redes sociales Caso: Periodistas Secuestrados de Diario El Comercio”**, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciatura en Comunicación Social con mención en Producción Audiovisual y Multimedia, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

.....
Nombre: Cristina Katuska Vizueta Moris

Cédula: 0953807245

Fecha: _diciembre 2019

Dedicatoria y agradecimiento

La presente investigación se la dedico a Dios y a mi abuelo por ser mi apoyo y fortaleza en los momentos de impotencia y debilidad a lo largo de este proceso.

Agradezco a mamá y a papá por su inmenso amor, por el apoyo y sacrificio que recibí en mis años de estudios, por creer en mí incluso cuando yo no podía conmigo, por su aliento, sus consejos y valores para ser una mejor persona. A mi mamá le debo todo, gracias por hablarme fuerte siempre lo que necesitaba, a papá por llegar de su trabajo cansado y acompañarme en la sala toda la madrugada mientras escribía. A mi abuela y mis hermanos por darme su apoyo moral y abrazo cada vez que lo necesitaba.

A mi tutora por ayudarme a descubrir el amor que siento por el periodismo a través de la escritura, por la paciencia que me tuvo en todo este tiempo, por siempre contestar a mis preguntas incluso cuando eran algo absurda, por haber confiado en mí y quitarme los pensamientos negativos que muchas veces tenía.

En fin hay tanto que agradecer por cada uno aportó algo a lo largo de este tiempo y solo quiero decir GRACIAS INFINITAS.

Índice

Cesión de derechos de autor.....	2
Dedicatoria y agradecimiento.....	3
Resumen.....	5
Abstract.....	5
Introducción.....	5
Metodología.....	7
Resultados	8
Conclusiones.....	11
Literatura citada	12

Influencia de libre acceso y modificación de la información en las redes sociales

Caso: Periodistas Secuestrados de Diario El Comercio

Influence of free access and modification of information on social networks

Case: Kidnapped Journalists

Resumen— Twitter y Facebook son las redes sociales con mayor influencia y uso en la interactividad del usuario en los modos de hacer y consumir información de algún evento noticioso que genere impacto en las audiencias. La presente investigación analizó la influencia de estas redes sociales en el Caso Periodistas Secuestrados, durante los días del 26 de marzo al 13 de abril del 2018. El método aplicado es de carácter exploratorio a través de un cuestionario de preguntas que se realizó a periodistas de medios reconocidos y un análisis de contenido en los tweets y publicaciones con más comentarios, compartidos y valoraciones de emotividad (emoticones y likes). Las redes sociales funcionaron en este período como vector intermediario de consolidación y elemento para la transmisión de mensajes donde los rumores, la información falsa, los ataques personales, las tendencias a la confiscación de la información se convierten en el eje de las noticias de ese momento e incidieron en las reacciones de los involucrados directamente (familiares y autoridades).

Palabras claves—periodistas, audiencias, redes sociales, consumo de noticias, información falsa

Abstract— Twitter and Facebook are the social networks with the bigger influence and use in interactivity of the user in the way of making and consuming information from whatever notitious event that generates impact in the audience. The present investigation analyzed the influence of those social medias in the case of the abducted journalists, during the period of time, March 26th until April 13th. The method applied was exploratory and it was made through a quiz that was realized to a recognized media journalist. Also it was analyzed the contained in the tuits and publications with most comments, shares and emotional valorations (emoticons and likes). Social medias worked during this period as an Intermediary vector of consolidation It was elemental for the transition of messages where rumors, fake information, personal attacks, trends in the confiscation of information that become to an axes of breaking news and that affected the reactions of those directly involved (familiares and authorities).

Keywords— journalists, audiences, social media, news consumption, fake information.

Introducción

La aparición de las redes sociales vino acompañado del crecimiento y desarrollo constante de las tecnologías de la comunicación, que se asocia con un ordenador, pero que incumbe a toda una red mucho más potente que se traduce en terminales renovados, como la televisión digital, o más actuales, como la telefonía móvil y tabletas digitales, estas redes se han incorporado como fórmula de atención continua, el espectador ávido de información ahora se siente apegado a la pantalla de su teléfono móvil de manera insistente y constante, cada mensaje emitido es un impulso que estimula la atención de la colectividad, lo que genera una nueva improvisación que se alimenta exponencialmente (Pantoja, 2011).

El fenómeno llamado social media, desarrollado sobre la base tecnológica

de Internet y expandido a nivel mundial desde el principio de este siglo, es escogido libremente por todos los usuarios que son interesados en crear y compartir contenido a través de las múltiples modalidades ofrecidas por el medio virtual. (Candale, 2017).

Las redes sociales actúan como pequeños impulsos informativos se convierten en el acceso principal de información y desaparece en este caso el efecto de portada del medio, para pasar a un efecto “tuit” o “post”, que se convierte en el conducto de acceso a las noticias (Bernal, 2013). Son los mejores en los minutos posteriores a la noticia, porque hay una divulgación casi instantánea de informes desde el terreno. “Cuando grandes noticias salen a la luz, los medios de noticias tradicionales parecen estar siempre un paso por detrás, y suelen basarse en informaciones provenientes de otras fuentes” (Salcudean y Muresan, 2017).

El Internet ha transformado los medios de comunicación, adaptando nuevos espacios en la red para los consumidores, las nuevas tecnologías han revolucionado el sector de los medios de comunicación tradicionales, siendo internet una nueva herramienta para alcanzar a nuevos consumidores, en cualquier lugar y momento (Franco, 2016).

Los medios de comunicación tradicionales son la principal puerta de acceso al conocimiento, a la información y al entretenimiento, el camino a seguir por los medios tradicionales, cuyos contenidos compiten con otros nuevos sistemas de información, se los considera ejes centrales de la mediación social, de la difusión de información, de la propagación de conocimiento y del impulso democrático, participan en un prolongado y desafiante maratón de riesgos estratégicos, la competencia entre ellos y, luego, la irrupción de los nuevos medios digitales, incorporan nuevas formas y modelos basados en la colaboración y participación de los receptores o usuarios, los consumidores se convierten en

productores, no sólo de atención sino también de información, comunicación y otros contenidos de ocio o conocimiento, no se trata de receptores de un producto sino de usuarios de un servicio con el que deciden interactuar (Campos, 2008).

No se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico, se consolidan como herramientas de comunicación dentro de la sociedad donde individuos han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos, implica una revolución importante en el proceso de comunicación, debido al auge y el impacto que han generado en la sociedad, las personas tienen mayor curiosidad y disposición al manejar las redes esto permite el intercambio de mensajes de manera sincrónica y anacrónica, pero además interactiva (Hütt, 2012).

En la actualidad las personas son testigos de cómo el ciberespacio se transformó en una plataforma de reproducción, transmisión y difusión de nuestras ideas, conocimientos, críticas o cualquier aspecto que deseamos compartir Facebook es una de las redes sociales con mayor influencia, hace de este espacio un lugar para el entretenimiento donde la comunicación y el intercambio de información, toma cada vez más importancia en esta red social (Castillo, Cruces y Guerra, 2016).

Cualquier persona dentro de la sociedad digital tienen en sus manos la facilidad de ser testigo y poder informar o compartir noticias difundidas por medios de las redes sociales, a través de una imagen, un texto, un video, un audio, o todos al mismo tiempo.

El usuario ejerce las funciones de leer, mirar, ver, escuchar, chequear o examinar, picotear, escanear, monitorear, buscar, hacer clic, enlaza, compartir, marcar gustar, recomendar, comentar., votar o hacer un escrutinio (Groot y Costera, 2015).

El usuario de Internet es un sujeto que ha pasado de recibir información a crearla y publicarla sin necesidad de ser periodista. Esta reconversión ha hecho que un público que consumía noticia de forma masiva, lo haga de una forma más selectiva y contando con una dosis de autonomía que le permite valorar, difundir o interactuar con la propia información (Herrero, 2011).

El problema surge cuando no se comprueba la veracidad y autenticidad de esa información que, además, genera comentarios infundados hacia la situación que están pasando los implicados. Las "Fake News" o noticias falsas son contenidos que deliberadamente se publican en sitios web y redes sociales con un diseño formal con aparente autenticidad. A veces el diseño del sitio y su URL suplantan un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario. Generalmente estos contenidos se mueven en redes sociales a través de las cuentas propias de esos portales, ya sea de manera orgánica mediante likes, retuits y compartidos de los usuarios o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos

contenidos sean publicitados por las plataformas (CELE, 2017, pág. 5).

En este sentido, toma relevancia el supuesto que señala que el acceso a la información digital en un contexto abierto permitirá que tanto los usuarios tradicionales como aquellos que están identificándose como prosumidores pueden producir, consumir y compartir información a través de redes, las cuales disponen de diversos rudimentos que les enseñan y guían para lograr la convergencia cultural en entornos digitales (Rodríguez, 2016).

Dicho acceso se convierte en tendencia a medida que se va posteando mientras traspasa de un usuario a otro, al mismo tiempo estas redes favorecen libertad al momento de que la información llega y está cargada en la sección de noticias como si fuera un titular de periódico o un avance.

Según Castillo, Cruces y Guerra (2016) es cada vez mayor el índice de usuarios que comparten información y, a su vez, son cada vez más los usuarios que se informan a través de Facebook, esto debido a que la información se encuentra a un solo clic, la verdad en la información debe entenderse como la adecuación aceptable entre lo sucedido y lo transmitido.

Facebook se caracteriza por su especificidad, en la página de inicio se encuentra la alimentación personalizada de sus actualizaciones de amigos, aplicaciones como fotos, eventos, videos, grupos y páginas que permiten establecer relaciones con otros usuarios que pueden comunicarse entre sí a través de chat, mensajes personales, mensajes de muro o actualizaciones de estado (Rodríguez y Santamaría, 2012).

Twitter, considerado como un sistema de red social basado en micro-blogging que inició con 140 caracteres y actualmente son 240, su velocidad y alcance le han vuelto un instrumento habitual de la comunicación entre las personalidades públicas y privadas, atrae la atención de los usuarios y crea lazos emocionales entre los seguidores lo que permite realizar alguna acción concreta (Alvidrez y Rodríguez, 2016).

En Twitter y Facebook la información necesita que haya una correlación entre los hechos ocurridos y el mensaje entregado. La veracidad es el fundamento y un elemento sumamente importante del derecho de la información. Al perderse la veracidad en la información, la realidad se vuelve ficticia, se pone en duda lo informado y la fuente que entrega la información (Castillo, Cruces y Guerra, 2016).

Más allá de las definiciones puntuales, de lo que semánticamente represente una red social, lo cierto del caso es que ha sido un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas, esta interacción está marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseara, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico, también, la seguridad e inseguridad que se da al momento de difundir una información suscitada por esta vía (Hütt, 2012), no solo modifican la manera de comunicarse de

quienes las usan, sino que configuran y reconfiguran, integran y desintegran, la estructura social, la vida privada y la vida pública o laboral de toda la sociedad (De la Torre y Dillon, 2012).

El contenido y la distribución es el principal motivo que llevó a los medios de comunicación a las redes sociales, cuando una noticia es publicada en la red social aparece automáticamente el enlace y el titular los medios empezaron por medio de sistemas automatizados, en la actualidad Facebook y Twitter dominan el panorama social en el ámbito periodístico con ciertas diferencias y usos, a la hora de buscar información Twitter es mejor ya que hay más información que es, por defecto, pública, mientras que en Facebook, debido al uso privado que se le da, en la mayoría de sus perfiles hay importantes restricciones de acceso a la información que allí se publica. El usuario en Facebook se mueve por relaciones de amistad reales, Twitter es habitual encontrar usuarios que se centran en una temática capaces de atraer a otros que se interesan por esos mismos temas, se convierte en un sistema de noticias personalizado sin necesidad de publicar ni un solo mensaje (Cobo, 2012).

Las redes sociales no solo se han convertido en una herramienta de trabajo para el periodista, sino como instrumento para construir su identidad digital, gracias a la visibilidad que aportan estas plataformas a todo lo que hace en su día a día, el periodista puede demostrar el dominio sobre determinadas materias, así como posicionarse en aquellos temas en los que es experto o especialista (Yuste y Cabrera, 2014).

El uso de las redes sociales en el medio periodístico aparece no solo por el crecimiento del número de usuarios que las plataformas han experimentados en los últimos años, sino más bien por la atención y el interés que ha despertado en los responsables de los medios de comunicación y el uso que le dan los periodistas.

Caso periodistas secuestrados

Se han podido manifestar y evidenciar diversas formas de hacer periodismo donde el usuario se ve involucrado tanto para el que postea como para el que comparte haciendo de la noticia algo viral y espontáneo. No obstante, esa información posteada incita a los cibernautas a compartir la noticia y su opinión como en el caso ocurrido el 26 de marzo del 2018, cuando un equipo periodístico fue visto por última vez entre la frontera Colombia y Ecuador mientras realizaban un reportaje en dicha zona de Mataje.

El 27 de marzo en Ecuador, luego de 58 horas, diario El Tiempo de Bogotá publicó una noticia que involucraba a los tres periodistas. El medio citaba “altas fuentes militares” y decía que los rehenes estaban en poder del Ejército ecuatoriano y en buen estado.

Autoridades habían recomendado que las identidades no fueran reveladas por tener una mayor seguridad y protección; publica New York Times; sin embargo, los comentarios en redes sociales, la discusión sobre las noticias falsas y la desinformación en redes sociales ocasionaron tal presión, que los familiares días después vieron como una mejor ayuda revelar sus identidades para disipar rumores maliciosos producidos en las redes sociales, insinuaban que el secuestro era un montaje, y para intentar que los captores supieran a quiénes tenían en su poder.

Diario El Comercio difunde acerca de un video de 23 segundos donde se muestra una prueba de vida de los periodistas fue publicado en las redes sociales del medio colombiano Noticias RCN, el Gobierno de Ecuador a través de un comunicado, rechazó la difusión de dicho vídeo y llamó a los medios de comunicación nacionales a hacer un “uso responsable y correcto” de la información.

Una consigna, en su versión digital (#Nosfaltan3) se extendió a nivel internacional a través de redes sociales, en las que periodistas de todo el mundo han publicaban mensajes pidiendo por la liberación de los mismo.

La tarde del 12 abril el medio de comunicación colombiano RCN informó ese jueves haber recibido una serie de fotografías en donde presuntamente se observan los cuerpos sin vida de los tres periodistas ecuatorianos secuestrados.

Las imágenes no tardaron en ser difundidas por todas las redes, César Navas, ministro del Interior en esa fecha, no pudo confirmar la veracidad de unas fotografías que mostraban los supuestos cadáveres de los tres integrantes de un equipo periodístico del diario El Comercio, el presidente Lenin Moreno, el viernes 13 de abril, vía Twitter confirmó la muerte de los 3 periodistas.

Dentro del proceso del secuestro de los tres periodistas del diario el Comercio, durante el 26 de marzo del 2018 hasta el 13 de abril; la presente investigación analizó la influencia de las redes sociales (Facebook y Twitter) en los modos de producir y consumir noticias también se analizaron las opiniones que se dieron dentro del caso de los periodistas secuestrados del diario el Comercio en el nuevo entorno mediático que son las redes sociales, se exploró el consumo y las opiniones de la información sobre el caso de los periodistas desaparecidos de diario El Comercio en las redes Facebook y Twitter, indagándose si existió alteración de la información en las redes sociales en la publicación de la noticia.

Metodología

La presente investigación es de carácter descriptiva, busca hacer un análisis del uso que se le da a las redes sociales como Facebook y Twitter al momento que una noticia de mayor impacto empieza a ser difundida, apoyado con los datos cualitativos que se obtuvieron a través de entrevistas a

periodistas expertos, análisis de contenido en en los tuits y publicaciones con más comentarios, compartidos y valoraciones de emotividad (emoticones y likes).

Para llevar a cabo el análisis de contenido en la investigación se extrajeron datos de los posteos más relevantes a través de capturas de pantalla donde se obtuvo un registro acerca de los comentarios y las publicaciones relacionadas con el evento noticioso.

Barelson (1952) refiere al análisis de contenido como una técnica de carácter investigativo, sirve para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación de esta manera distingue unos de sus usos: describir tendencias en el contenido de la comunicación, medir la legibilidad de los mensajes, determinar el estado psicológico de personas o grupos, reflejar actitudes, intereses y valores de grupos y verificar si el contenido de la comunicación cumple con sus objetivos.

Las palabras claves que fueron utilizadas para poder encontrar la noticia con mayor facilidad dentro de las redes sociales Facebook y Twitter fueron “periodistas secuestrados”, “nos faltan tres”, a través del uso del hashtag, aunque la investigación se basó en redes sociales estuvo enfocada en un caso que generó impacto a través de estos medios, excluyendo noticias que no tenían un contenido similar.

El hashtag es considerado como un vehículo para entender los flujos de información consecuentemente, se ha generado una literatura muy rica que intenta explicar los mecanismos de difusión en redes sociales de la información, los mismo que se han vuelto omnipresentes todos los días, igualando la adopción de plataformas de redes sociales como la preferida como mecanismo para compartir información y experiencias. El usuario no necesariamente tiene que seguir su “descubrimiento” a través de sus conexiones; en otras palabras, un usuario hace no necesita tener muchas conexiones (bordes en el subgrafo, o comunidad, pertenecen a) para la adopción masiva (Salazar, 2017).

En la red social de Twitter y Facebook se contempló para el estudio, las publicaciones y comentarios, desde el 26 de marzo hasta el 13 de abril del 2018, se seleccionaron los contenidos de las redes sociales con mayor relevancia en el transcurso de la jornada lo que correspondería a datos cualitativos enmarcados en los detalles del comportamiento de los usuarios en la jornada, el estudio se centró en los textos con independencia de autoría incluyendo enlaces, fotografías, videos y otros elementos que estén adjuntos al tuit publicado.

La recopilación de unidades se ha capturado a través de los hashtags #Nosfaltan3 y #periodistassecuestrados, que se usaron como categorías para poder identificar la información a través del análisis del contenido donde se midió la cantidad de interacciones para identificar las publicaciones más compartidas, el número de veces de los retuits y me gusta, de

las noticias relacionadas, para analizar el tipo de contenido difundido en relación con los hashtags. De esta manera, se identificaron las cuentas con mayores compartidos, me gusta y comentarios, tanto en Twitter como en Facebook.

En la segunda parte de la investigación se entrevistó a dos periodistas con una reconocida trayectoria profesional, de los cuales uno pertenece a prensa y el otros es influencer y periodista de un canal de televisión, quien mantuvo sus cuentas activas el día del acontecimiento.

La técnica que se empleó en esta segunda parte fue la entrevista a profundidad semiestructurada, se elaboró un cuestionario de preguntas con respuestas abiertas, donde el entrevistado expreso libremente sus opiniones sobre la temática. Se tomó en cuenta que el diseño de las preguntas gire en torno a los objetivos expuestos a la investigación.

Resultados

Categorías y variables analizadas

Cuadro 1 Nombres de los perfiles de las cuentas de Facebook

RED SOCIAL FACEBOOK		
Tipo de cuentas	Nombre de usuario	Nombre de la cuenta
Medio de Comunicación	El Universo	@eluniverso
	Ecuavisa	@ecuavisa
	El Comercio	@elcomercio.com
	Ministerio de Gobierno Ecuador	@MinisterioDeGobiernoEcuador
Medio digital	Al Instante	@Al-Instante-
	Carlos Panchana	@CarlosHPanchana
Cuentas personales	Milton Carrión	@MILJHOVA
	Remigio Vanegas Espinoza	@REMIXANANDO
	Mauricio Neira	@mauricioneiragye
	Marisol Aguirre	@marisol.aguirre3154

Cuadro 2 Nombres de los perfiles de las cuentas de Twitter

RED SOCIAL TWITTER		
Tipo de cuentas	Nombre de usuario	Nombre de la cuenta
Fundación	Fundamedios	@Fundamedios

	Noticias RCN	@NoticiasRCN
Medios de Comunicación	El Comercio	@elcomercio.com
	El Universo	@eluniverso.com
	Ecuavisa	@ecuavisa
Institución pública	Ministerio de Gobierno Ecuador	@MinGobiernoEc
	78	@barcebyron
Cuentas Personales	Hassan Nassar	@HassNassar
	Carlos Rojas Araujo	@carlosrojasecu

Declaraciones sobre supuestas imágenes difundidas sobre estado de periodistas secuestrados

588 veces compartido
393 comentarios
58 mil reproducciones

Urgente se confirma muerte de periodista secuestrado. Moreno suspende reunión de cumbres en Perú. Familiares periodista y todo el país en incertidumbre... Presidente anuncia rueda de prensa...

@CarlosHPanchana
478 compartidos
24 comentarios
107 interacciones

Gobierno confirma secuestro de equipo periodístico de EL COMERCIO en la parroquia Mataje, en Esmeraldas, Ecuador

@elcomercio
405 veces compartido
1 mil reacciones
266 comentarios

Se cumplen siete días del secuestro del equipo de EL COMERCIO en Mataje.

@elcomercio
391 comentarios
4.101 veces compartido
4,3 mil reacciones

Imágenes presuntamente serían las de los periodistas secuestrados los cuales habrían sido asesinados por terroristas En 39 minutos después que RCN Noticias de Colombia, difundiera información

@Al-Instante-
372 compartidos
606 interacciones
91 comentarios

No sé Ustedes, pero yo no me como el cuento que hubieron periodistas secuestrados.

@marisol.aguirre3154
220 veces compartido
422 reacciones
212 comentarios

Ministro de defensa Zambrano renuncie! carajo! Soldados muertos violación de nuestra soberanía y ahora periodistas secuestrados

@MILJHOVA
118 veces compartido
100 interacciones
13 comentarios

Si no me equivoco ente los tres muertos en las fotos aparece el cuerpo de una dama y los periodistas dizque secuestrados son todos varones, o sea los tres.

@REMIXANND0
33 veces compartido
21 comentarios
42 reacciones

Cuadro 3 Contenido con mayor número de interacciones en Facebook

Opiniones/Contenidos	# De Interacciones
#LosQueremosDeVueltaYa #NosFaltan3 #LosEstamosEsperando	@mauricioneiragye 5,9 mil compartido 780 reacciones 5,9 mil compartido 1 comentario
Según el Ministerio del Interior, el equipo periodístico de diario El Comercio presuntamente habrían sido secuestrados en San Lorenzo.	@eluniverso 2,7 mil veces compartido 4,2 reacciones 448 comentarios
El periodismo está de luto. Gobierno confirma la muerte de equipo periodístico de El Comercio integrado por Javier Ortega, Paúl Rivas y Efraín Segarra	@eluniverso 2.615 compartidos 146 mil reproducciones 5,2 mil reacciones 222 comentarios
#NosFaltan3 #NosQuitaron3 #Ecuador #NosQuitaron3 #NosFaltan3 Ecuador confirma la muerte del equipo periodístico de El Comercio. ► http://ow.ly/spMg30jtOiX	@eluniverso 2.615 compartidos 2,7 mil reacciones 134 comentarios 1 mil veces compartido
Lenin Moreno dio 12 horas de plazo para que se entregue prueba de vida de periodistas secuestrados de El Comercio	@eluniverso 2.279 veces compartido 2,5 mil comentarios 136 mil reproducciones 4,3 reacciones
Mensajes de solidaridad tras secuestro de equipo periodístico de EL COMERCIO en Mataje. Hoy a las 19:00 habrá vigiliias en Quito, Guayaquil y otras ciudades #NosFaltan3 #LosQueremosDeVueltaYa	@elcomercio 1,3 mil veces compartido 2,8 mil reacciones 279 comentarios

Cuadro 4 Contenido con mayor número de interacciones Twitter

Opiniones	# De Interacciones
Presidente de #Ecuador, Lenin Moreno, confirma la muerte del equipo periodístico de El Comercio secuestrado en la frontera con #Colombia ►	@eluniverso.com 1,6K Retuits 925 Me gusta 80 comentarios

Hoy a partir de las 14h00, Ecuavisa en señal de respeto y luto con nuestros compañeros fallecidos no estará al aire durante 30 minutos. #SiempreNosFaltarán3	@ecuavisa 1,4 K Retuits 3.404 Me gusta 157 comentarios	Te llegaron las fotos, no las descargues, no las reenvíes, no seas parte de la cadena	@BARCEBYRON 362 Retuits 354 Me gusta 6 comentarios
Lamentamos informar que el Gobierno confirma el asesinato del equipo de prensa de @elcomercio.com #NosFaltan3	@elcomercio.com 1,1K Retuits Me gusta 919 Comentarios 139	Mensajes de solidaridad tras secuestro de equipo periodístico de EL COMERCIO en Mataje. Hoy a las 19:00 habrá vigilias en Quito, Guayaquil y otras ciudades #NosFaltan3 #LosQueremosDeVueltaYa	@elcomercio.com 2,8 reproducciones 286 Retuits 290 Me gusta
Las noticias más comentadas hoy están relacionadas con la prueba de supervivencia de los periodistas ecuatorianos secuestrados, también el secuestro 4 personas en Norte de Santander y las amenazas de muerte a un reconocido caricaturista. Estamos en Colombia en el 2018.	@HASSNASSAR 976 Retuits 1.366 Me gusta 153 comentarios	Equipo periodístico de Diario El Comercio se encuentra desaparecido en San Lorenzo. "El Gobierno Nacional no escatimará en la ejecución de las acciones que sean necesarias para dar con los trabajadores del diario @elcomercio.com que fueron secuestrados en la zona de Mataje", @navasveracesar #UnidosPorLaSeguridad	@eluniverso.com 176 Retuits 90 Me gusta @MinGobiernoEc 169 Retuits 90 Me gusta
Confirmamos que hemos recibido fotografías de @NoticiasRCN relacionadas con la situación del equipo periodístico secuestrado. Las hemos puesto en conocimiento de las autoridades y de las familias y estamos a la espera de cualquier confirmación oficial #NosFaltan3	@FUNDAMEDIOS 959 Retuits 521 Me gusta 54 comentarios	Gobierno confirma secuestro de equipo periodístico de EL COMERCIO en la parroquia Mataje, en Esmeraldas, Ecuador	@elcomercio.com 76 Retuits 42 Me gusta
Hace pocos minutos se conoció la prueba de supervivencia de los 3 periodistas del diario El Comercio de Ecuador, secuestrados hace una semana en la provincia ecuatoriana de Esmeraldas, en la frontera con Colombia #NosFaltan3	@NOTICIASRCN 735 Retuits 343 Me gusta 70 comentarios	Las redes sociales funcionaron como una herramienta de difusión, que lograron movilizar e involucrar a multitudes entorno a este tema. Igualmente, los hashtags #Nosfaltan3 y #periodistassecuestrados lograron la participación de los usuarios, tanto online como offline, donde los mensajes y contenidos tenían la intencionalidad de reunir a la gente para reclamar información.	
Quienes son capaces de inventar un golpe de Estado, el 30-S sangriento y la versión de un presidente secuestrado que sí podía firmar decretos y ordenar operativos, pueden burlarse del dolor de tres periodistas y sus familias. #NosFaltan3 #QueremosQueVuelvanYa Periodistas de EL COMERCIO, presuntamente secuestrados	@CARLOSROJASECU 721 Retuits 861 Me gusta 38 comentarios	Los medios oficiales usaron sus cuentas en redes para difundir el hecho cronológicamente, la primera noticia sobre la desaparición es emitida por el Diario el Universo en su cuenta de Facebook donde se hablaba de presunto secuestro, la publicación fue compartida "2,7 mil veces", 4,2 reacciones, 448 comentarios.	
"No va más. Doy un plazo de 12 horas a estos narcos para que nos entreguen la prueba de la existencia de nuestros compatriotas": Lenín Moreno	@elcomercio.com 379 Retuits 495 Me gusta 98 comentarios	Diario el Comercio, lugar donde laboraban los periodistas, minutos después confirmó el secuestro en su cuenta de Facebook, la noticia fue compartida 405 veces, 1 mil reacciones, 266 comentarios, en Twitter el evento obtuvo 76 retuits, 42 Me gusta. Este mismo medio en horas después de la confirmación del suceso difundió por ambas redes la invitación a una vigilia que se dio en distintas ciudades del país a la noticia las personas reaccionaron en Twitter 286 retuits, 290 me gusta; en Facebook 2,8 mil reacciones, 279 comentarios, 1,3 mil veces compartido.	
		El Noticiero RCN en su cuenta Twitter, luego de una semana del secuestro alerta sobre un video que llegó al medio donde se	

mostraba a los periodistas aún con vida y encadenado el medio difundió la grabación, los usuarios reaccionaron, la información obtuvo 735 retuits, 343 me gusta, 70 comentarios.

Diario el Comercio en Facebook realizó una publicación donde manifestó el tiempo que llevaban los ciudadanos secuestrados los usuarios respondieron en 391 comentarios, 4.101 veces compartido 4,3 mil reacciones.

El 12 de abril al término de la tarde en redes sociales empezaron a circular fotografías donde se presumía que eran los cuerpos sin vida del equipo periodístico. Fundamedios en su cuenta de Twitter informo: “Confirmamos que hemos recibido fotografías de @NoticiasRCN relacionadas con la situación del equipo periodístico secuestrado. Las hemos puesto en conocimiento de las autoridades y de las familias y estamos a la espera de cualquier confirmación oficial”, la noticia hizo que los usuarios compartan la noticia de inmediato, 959 retuits, 521 me gusta, 54 comentarios.

El Ministerio del Interior en su cuenta de Facebook da declaraciones acerca de las imágenes difundidas sobre el estado de los periodistas la publicación fue compartida 588, 393 comentarios, 58 mil reproducciones.

Diario el Universo publica en Facebook las palabras emitidas por el presidente Lenin Moreno respecto a las fotografías emitidas por los medios sociales, la noticia fue publicada a través de un video que fue compartido 2.279 veces compartido, 2,5 mil comentarios, 136 mil reproducciones, 4,3 reacciones. El Comercio en su cuenta de Twitter publica esta misma noticia donde generó 495 Me gusta, 98 comentarios, 379 retuits, 2,8 reproducciones.

El 13 de Abril el presidente Lenin Moreno confirma la muerte de los periodistas, a través de una cadena nacional, los comentarios y publicaciones no se hicieron esperar, Diario el Comercio publica la noticia en su cuenta de Twitter, el evento fue compartido 1,1K Retuits 1,1K, 919 me gusta, 139 comentarios, el Universo en la misma red social comparte la noticia y los usuarios respondieron 925 me gusta, 80 comentarios, 1,6K retuits.

Diario el Universo en su cuenta de Facebook a través de un video obtuvo 146 mil reproducciones 5,2 mil reacciones, 2.615 compartidos, 222 comentarios, al instante otra publicación del mismo diario con la misma información pero diverso contenido genero 2,7 mil reacciones, 134 comentarios, 1 mil veces compartido.

Ecuavisa en Twitter publicó un comunicado en señal de respeto al luto por la muerte de los periodistas, la noticia se compartió 1,4K de veces, 3.404 me gusta, 157 comentarios.

En las entrevistas realizadas los periodistas reconocen que las redes sociales se han vuelto una fuente de información habitual para el consumo de una sociedad, aseguraron que el verdadero

impacto se genera solo cuando la información de una red social es reproducida constantemente a través de una noticia que haya generado mayor efecto en la sociedad.

Los medios no oficiales usaron sus cuentas como el medio principal para compartir sus distintas opiniones y expresarse libremente, en Twitter se escogieron las cuentas que tuvieron más movimiento referente a su contenido de manera cronológica un mensaje por parte de un usuario de la red donde mencionaba la tragedia como uno de los hechos más sonados en el momento obtuvo 153 respuestas, 972 retuits, 1,4K me gusta.

Los periodistas coinciden en que muchas veces el usuario que está en redes sociales constantemente se deja llevar más por un comentario emitido en cuentas no oficiales y el contenido generado por los mismos empieza a reproducirse de inmediato sin antes comprobar su veracidad, mensajes emotivos también se difundieron uno de los usuarios mencionaban que no compartan alguna imagen o noticia hasta no ser confirmada por un medio oficial, el comentario fue retuits 362 veces, 354 me gusta, 6 comentarios.

Mensajes que mostraban a más de uno indignado como el de otro usuario que expresaba en cortas palabras el dolor que se sentía tras la pérdida de los tres periodistas, 861 me gusta, 38 respuestas y 721 retuits.

En Facebook los comentarios acerca del evento noticioso generaron diversas reacciones por parte del que leía como el que comentaba, comentarios muchas veces maliciosas que podía herir la susceptibilidad de los familiares de los periodistas otros trataban de informar sobre el hecho acontecido, un comentario donde se dudaba del secuestro de estos periodistas, el contenido fue compartido 220 veces, 422 reacciones, 212 comentarios. Otro contenido manifestaba acerca de unas imágenes que se presumía que eran los periodistas sin antes ser confirmado por un medio social, 603 reacciones, 109 comentarios, 369 veces compartido. 21 comentarios, 33 veces compartido y 42 reacciones obtuvo una de las publicaciones emitidas por un usuario quien relaciono el suceso como un problema político.

Para los usuarios mientras una noticia tiene mayor cantidad de interacciones, medido entre la cantidad de impresiones publicadas, el número de veces que un usuario retuiteó un tuit, compartió una publicación, la cantidad de veces que un usuario respondió a un tuit o a una publicación relacionado a la noticia, mayor será el impacto noticioso sin importan la fuente.

Conclusión

Las redes sociales son fuentes abiertas de publicar cualquier tipo de contenido, tiene libertad de transmitir o informar algo acerca de un evento noticioso; sin embargo, la emotividad implícita en la forma de difundir la información y los comentarios de los demás usuarios puede influir en los

involucrados directos de ese hecho, como muestra esta investigación.

El usuario es libre de buscar espacios donde comunicarse, las redes sociales se convierten en el principal punto de acceso para crear, consumir y producir contenido debido a su constante interactividad, donde el comentar, compartir imágenes, textos y videos dentro de un grupo de amigos o familiares aumenta el nivel de interés por la información.

Las redes sociales funcionaron en este período de tiempo investigado como vector intermediario de consolidación y elemento para la transmisión de mensajes donde los rumores, la información falsa, los ataques personales, las tendencias a la confiscación se convierten en el conducto de acceso a las noticias.

Las redes sociales se convirtieron también en el medio de convocatoria para protestar ante la falta de información oficial sobre tema, estos medios sociales fueron el espacio principal y preferido para encontrar las respuestas de las autoridades gubernamentales y de medios de comunicación. Durante el período de tiempo investigado las publicaciones dedicadas a los acontecimientos alcanzaron altos niveles de viralidad.

La tendencia de los usuarios a compartir información desde cuentas informales en las redes sociales incide en la proliferación de las noticias falsas o "fake news", que a su vez produce desinformación y baja la credibilidad de la información, aunque esta provenga de cuentas de medios de comunicación u organismos formales.

Referencias

Añez Castillo, M. (2015). El uso de internet y las redes sociales como medio de expresión de la situación carcelaria en Venezuela. *Encuentros*, 13 (2), 85-102.

Alvárez, S. & Franco, O. (2016). Powerful Communication Style on Twitter: Effects on Credibility and Civic Participation. [Estilo comunicativo súbito en Twitter: efectos sobre la credibilidad y la participación cívica]. *Comunicar*, 47, 89-97. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-09>

Beltrán, D. E. (2017). Redes sociales virtuales como dispositivos mediáticos contemporáneos. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (30), 105-123.

Bernal Triviño, A. I. (2015). Tecnología, redes sociales, política y periodismo. ¿Pluralidad informativa o efecto bumerán? *Cuadernos.info*, (36).

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York, NY, US: Free Press.

Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. *La*

comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias-Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-220.

Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11 (63).

Cancelo, M., & González, N. (2015). El uso de las redes sociales como fuente de información en situaciones de riesgo ciudadano. *Correspondencias & Análisis*, (5).

Cobos, T. (2010). Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. *Razón y Palabra*, 15 (73).

Castillo, M., Cruces, L., Guerra, M. (2016). La Veracidad de la Información Expuesta en las Redes Sociales. *Revista Educación y Tecnología*, Año 05. Número 08. Vol. 2. 2016, pp 26-40.

Cobo, S. (2012). Internet para periodistas: Kit de supervivencia para la era digital. Retrieved from <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>

De la Torre, L., & Dillon, A. (2012). Comunicación, redes sociales y democracia en la mirada de periodistas argentinos. *Cuadernos de Información*, (30), 61-72.

Dumortier, F. (2009). Facebook y los riesgos de la «descontextualización» de la información. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, (9), 25-41.

Fernández-Ferrer, M., & Cano, E. (2016). The influence of the internet for pedagogical innovation: using twitter to promote online collaborative learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 13 (1), 1-15.

Franco, J., Alvarez, R. (2016). Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital (tesis de grado). Universidad de Leon, España.

Gualda, E., & Borrero, J., & Cañada, J. (2015). La 'Spanish Revolution' en Twitter (2): Redes de hashtags y actores individuales y colectivos respecto a los desahucios en España. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 26 (1), 1-22.

Groot, T. & Costera, I. (2014). Checking, sharing, clicking and linking. Changing patterns of news use between 2004 and 2014. *Digital Journalism*, 5(5), 632-641.

Gutiérrez, F., & Zurita, L. (2012). Social networks and its impact on the process of preparation and production of news: Analysis of the routines of journalists from three Chilean newspapers. *Comunicación*, (3).

Herrero-Curiel, E. (2011). El periodismo en las redes sociales. *Vivat Academia*, (117), 1113-1128.

- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2).
- Noguera Vivo, J. (2010). Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), 176-186.
- Pangrazio, L. (2018). ¿Qué hay de nuevo en las noticias falsas? Alfabetizaciones digitales críticas en la era de las noticias falsas, la pos verdad y el cebo de clics. *Páginas de Educación*, 11(1), 6-22.
- Páez, Á., & Barredo, D., & Páez, A., & Palomo, B. (2015). La apropiación de las redes sociales en los periodistas venezolanos: un diagnóstico. *Opción*, 31 (78), 157-183.
- Pantoja, A. (2011). Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación*, (12), 218-226.
- Pérez, V., & Rodríguez, M (2017). Movilización y participación en Twitter. Estudio de caso del hashtag #SuperTuesday en las primarias presidenciales de EEUU 2016. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 679 a 703.
- Salcudean, M., & Muresan, R. (2017). El impacto emocional de los medios tradicionales y los nuevos medios en acontecimientos sociales. *Comunicar*. 50, pp. 109-118.
- Yuste, B., & Cabrera, M. (2014). *Emprender en periodismo: Nuevas oportunidades para el profesional de la información*. Retrieved from <https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708>.