

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE CUENCA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*Trabajo de titulación previo
a la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Social*

ENSAYO CIENTÍFICO:

**NUEVAS FORMAS DE HACER PERIODISMO EN LOS ESPACIOS
VIRTUALES POR PARTE DE LOS COMUNICADORES
CUENCANOS EN EL AÑO 2019 VÍA FACEBOOK Y TWITTER**

AUTORA:

MÓNICA FERNANDA LOJA SARMIENTO

TUTOR:

XAVIER MAURICIO MERCHÁN ARÍZAGA, Ph.D

CUENCA - ECUADOR

2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Mónica Fernanda Loja Sarmiento con documento de identificación N° 0104443932, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de titulación: **NUEVAS FORMAS DE HACER PERIODISMO EN LOS ESPACIOS VIRTUALES POR PARTE DE LOS COMUNICADORES CUENCANOS EN EL AÑO 2019 VÍA FACEBOOK Y TWITTER**, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: *Licenciada en Comunicación Social*, 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 autora 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 digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, diciembre del 2020



Mónica Fernanda Loja Sarmiento

C.I. 0104443932

CERTIFICACIÓN

Yo, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **NUEVAS FORMAS DE HACER PERIODISMO EN LOS ESPACIOS VIRTUALES POR PARTE DE LOS COMUNICADORES CUENCANOS EN EL AÑO 2019 VÍA FACEBOOK Y TWITTER**, realizado por Mónica Fernanda Loja Sarmiento, obteniendo el *Ensayo Científico*, que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, diciembre del 2020



Xavier Mauricio Merchán Arizaga, Ph.D

C.I. 0102247020

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Mónica Fernanda Loja Sarmiento con documento de identificación N° 0104443932, autora del trabajo de titulación: **NUEVAS FORMAS DE HACER PERIODISMO EN LOS ESPACIOS VIRTUALES POR PARTE DE LOS COMUNICADORES CUENCANOS EN EL AÑO 2019 VÍA FACEBOOK Y TWITTER**, certifico que el total contenido del *Ensayo Científico*, es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Cuenca, diciembre del 2020

A handwritten signature in blue ink that reads "Mónica Loja". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.

Mónica Fernanda Loja Sarmiento

C.I. 0104443932

Dedicatoria y Agradecimientos

El presente trabajo investigativo va dedicado principalmente a Dios, por ser el inspirador y la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los más deseados anhelos.

A mi mami, tíos y tías por haber sido más que mi apoyo a lo largo de toda mi vida y carrera universitaria.

A mi esposo, quien con su paciencia, amor y dedicación me alentó siempre a seguir adelante y saber que yo siempre puedo.

A mi hijo por recordarme que jamás podré rendirme pues siempre habrá alguien que siga mis pasos.

A mi ñaña Lola quien desde el cielo aun me cuida y guía mis pasos junto a mis abuelitos.

A mi tutor de tesis por haberme apoyado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación sino también en muchas etapas de mi vida

A mis profesores y guías de la universidad, quienes con su tiempo, apoyo y comprensión me ayudaron a llegar hasta aquí y por último pero no menos importante a la Universidad Politécnica Salesiana por ser la sede de todo el conocimiento adquirido durante estos años.

Resumen

En el presente trabajo se abordan las nuevas formas de hacer periodismo en los espacios virtuales, a partir del seguimiento de las redes sociales de Facebook y Twitter en el ámbito de la comunicación en la comunidad cuencana.

En el cuerpo de la investigación se evidencia que las nuevas tecnologías y el creciente fenómeno del uso masivo del internet, han dado lugar a un nuevo modelo de comunicación digital que permite mayor interactividad y el uso multimedia; lo que supone nuevos retos para los comunicadores, en el arte de informar.

El documento se estructura a partir de la construcción teórica sobre periodismo, comunicación, nuevas formas de hacer periodismo, para luego presentar una metodología de estudio que favorece el análisis de las nuevas formas de hacer periodismo en medios digitales como son las redes sociales Facebook y Twitter.

Para finalizar el documento se presentan los resultados obtenidos en la investigación, así como las conclusiones a las que se arriban entre lo teórico y el estudio de campo.

Palabras clave: web, virtual, digital, periodismo, Facebook, Twitter.

Abstract

This work addresses new ways of practicing journalism in virtual spaces. It starts from the follow-up to the social networks of Facebook and Twitter in the community of Cuenca.

In the body of the document, it is shown that the new technologies and the massive growth in the use of the internet have created a new trend of digital journalism that facilitates greatly the interaction and the use of the media, which results in new challenges for journalists in the art of informing.

This investigation starts on the theoretical foundation about journalism, communication, and the new ways of making journalism to present a research methodology that facilitates the analysis of the new ways of making journalism through digital sources such as social media platforms just as Facebook and Twitter.

It culminates with the presentation of conclusions found in the theoretical development, and the ones that appeared between the theory and the field research.

Keywords: web, virtual, digital, journalism, facebook, twitter.

Contenido

Introducción	9
Formulación del problema	10
Justificación.....	12
Objetivos de la comunicación.	13
General	13
Específicos.	13
Metodología	14
Desarrollo.....	16
Breve reseña de la historia del periodismo.	18
La Web.	22
Navegadores de internet.	23
La comunicación virtual.	23
Labor del comunicador digital.	34
Periodismo digital en Facebook y Twitter	35
Análisis e interpretación de resultados.....	36
Conclusiones	51
Recomendaciones.....	53
Referencias.....	54

Introducción

*La paradoja de lo cierto, lo evidente y lo verdadero siguen el mismo derrotero de quienes creen tener la razón solo por el hecho de sentirse más doctos que los demás.
(Merchán 2011)*

“El periodismo digital, ciberperiodismo o periodismo en la web, son algunas de las formas a las que se le conoce a esta actividad periodística que se realiza, principalmente, en internet” expone Hervert (2020) al reconocer que esta llamada evolución, es una nueva forma del periodismo enfocado específicamente a las nuevas tecnologías de información y comunicación, como son las redes sociales, sitios web e internet; donde se han articulado nuevos conceptos comunicacionales que aún no reciben la aprobación de los académicos para ser reconocidos epistémicamente como nuevo periodismo o periodismo digital, fuera del periodismo convencional.

La era digital ha revolucionado no solo las formas de comunicación sino también las de educación, producción, comercialización... entre otras, produciendo en la sociedad nuevas formas de interactuar, generando nuevas formas de significaciones, conexiones y sentidos sociales. En este sentido, autores tan distintos como Habermas, Gadamer, Heidegger, concuerdan en establecer una panorámica de la deconstrucción de significados, para vaciar de contenidos muchas palabras y llenarlas con conceptos nuevos, como el periodismo, la comunicación, lo digital... No es solo cuestión de lingüística o de semántica, es todo un movimiento de acciones tecno-sociales que impulsan la construcción de epistemologías, en una academia que avanza muy lenta y sigilosa frente a las autopistas de la información y los vertiginosos cambios actuales, como expresa Merchán (2017).

En este contexto, Salaverría (2012) permite comprender estas autopistas de la comunicación e información , donde se resignifica lo tradicional con lo nuevo, mirando a los espacios digitales y el internet como “un portal que engloba el audio, el texto y las imágenes. Internet tiene la inmediatez de la radio, la profundidad de contenidos del periódico y el impacto de la imagen televisiva” (pág. 39 - 45).

Esta realidad de cambio globalizador, puede comprenderse en los datos estadísticos que muestran que los medios de comunicación tradicionales como la radio, que necesitó alrededor de 38 años antes de alcanzar los 50 millones de oyentes (1899 - 1937) y la televisión precisó de 13 años para alcanzar la misma cifra; siendo el internet, el que en apenas cuatro años (1991-1995), ha alcanzado más de 50 millones de usuarios en todo el mundo (Aroche, 2006).

Esta nueva realidad, nos lleva a buscar lo que sucede en el medio cuencano de la comunicación, dentro de la frágil línea del concepto de comunicación y periodismo digital, para comprender la manera de hacer periodismo en el mundo actual, donde la información ya no solo la generan los medios y profesionales de comunicación, sino también el público en general.

La estructura de la investigación comienza con la presentación del problema para después desarrollar los fundamentos teóricos que viabilizan la investigación desde la metodología propuesta para este fin, y a partir de la cual se obtienen los resultados para su sistematización y análisis, mismo que son sintetizados en las conclusiones del documento.

Formulación del problema

La naturaleza del periodismo es generar información a partir de los hechos que se consideran realidad, con un alto grado de responsabilidad, por lo cual como menciona Barbosa (2012),

las nuevas tendencias tecnológicas no reemplazan las formas de hacer periodismo, sino que las transforman o reconducen.

El creciente impulso que ha tomado la difusión de información en la internet, y su alta rapidez en considerarse novedad o antigua, a través de las diversas redes sociales como Twitter, Facebook, WhatsApp... cuestionan la validez y calidad de lo que se comunica e informa; y es que la mayoría de la información es realizada por personas no profesionales en esta área.

Esta realidad ha generado un profundo debate sobre lo que debe ser considerado como periodismo, para analizar la labor periodística de los comunicadores, frente a los nuevos escenarios que muestran que cada vez hay una mayor adopción de estas herramientas como canales alternativos de comunicación; pero que no cuentan con un estudio académico de esta realidad. Así, el presente documento plantea una investigación que permita conocer y comprender el uso que los comunicadores de la ciudad de Cuenca hacen de las redes sociales, principalmente de Twitter y Facebook, en su trabajo periodístico, generando luces sobre lo antes planteado y que en palabras de Herrero sería:

(...) las redes sociales no hacen periodismo sino que a veces hay temas o noticias que surgen en estos lugares que pueden ser de interés periodístico. En ambos casos, el periodista debe atender a lo que ocurre en estos espacios sociales y utilizarlos de forma diligente, ya que estos canales han mostrado potencial informativo para poder hacer buen periodismo a través de ellos (Herrero, 2015, p. 166).

Justificación

Desde los inicios de la existencia humana, la comunicación ha sido fundamental para la sobrevivencia y el fortalecimiento de las relaciones sociales. Con el paso del tiempo y el desarrollo de las sociedades las formas de comunicación se han ido complejizando; aún más con el apareamiento de lo digital, el internet y las plataformas sociales conocidas también como redes sociales. En este sentido Caldevilla (2010) expone que “Las grandes protagonistas actuales de la sociedad digital son las redes sociales. Nadie cuestiona ya el imparable poder que están adquiriendo y la importancia que tendrán, en no mucho tiempo, como generadoras de nuevas formaciones mundiales, que quién sabe si transmutarán hacia nuevas y complejas asociaciones sociales universalizantes que aún ni somos capaces de imaginar” (pag. 46).

Marthins (2009) explica que “la naturalización de las redes al interior del campo humanista se lleva a cabo de dos maneras: una de ellas al importar el término desde los campos discursivos de otras ciencias, la segunda, desde el sentido común, sin mayor profundidad crítica” (pag. 90), lo que ha permitido que acciones propias de la comunicación, como el que hacer del periodista, se esté deconstruyendo y construyendo sobre las nuevas sinergias y movimientos rápidos que se dan en la web.

Tener una mirada crítica frente a estos procesos de rápido desarrollo se vuelve fundamental para responder con fundamentos tanto epistémicos, como reflexivos desde las prácticas no convencionales que se generan dentro de las redes sociales en la web; que aunque no puedan ser reconocidas, se dan y van ganando espacio en las praxis sociales, muchas veces acríticas a lo que esto significa.

Por estas razones, el presente trabajo busca encontrar como estos cambios, realidades y discusiones epistémicas se corresponden a las nuevas formas de hacer periodismo, estudiando el caso de algunos comunicadores cuencanos a través de las redes sociales como el Twitter y Facebook, con el objeto de comprender mejor lo que sucede y lo que acontecerá en los años subsiguientes.

Finalmente, se debe reconocer que, hoy en día, gran parte de los medios de comunicación convencionales buscan insertarse en las redes sociales, conscientes de la importancia de permanecer en estos espacios virtuales, no solo como vía de difusión de noticias, sino también como un punto de encuentro en el que pueden conectar e interactuar con su público. Barbosa (2012) menciona que publicar contenidos informativos en redes sociales permite que los hechos sean “analizados, cruzados, contextualizados, criticados, reinterpretados, acogidos, rechazados y en general machacados en una discusión muchas veces improvisada y superficial, pero que deja poca sustancia sin aprovechar” (p.74).

Objetivos de la comunicación.

General

Analizar el uso de las redes sociales Facebook y Twitter, como nuevas formas de hacer periodismo en los espacios virtuales por parte de los comunicadores Cuencanos en los meses de octubre a noviembre del año 2019.

Específicos.

- Describir las características esenciales de las nuevas formas de hacer periodismo en las redes sociales Facebook y Twitter.

- Analizar el impacto de los contenidos digitales en las redes sociales Facebook y Twitter, durante el mes de octubre y noviembre del año 2019, en el desarrollo del periodismo.
- Comparar las formas que cada administrador de las cuentas elegidas describen los acontecimientos surgidos en los días estudiados en las redes sociales Facebook y Twitter.

Metodología

El presente trabajo de investigación es de tipo mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, puesto que se analiza el uso de las redes sociales Facebook y Twitter, como nuevas formas de hacer periodismo por parte de los comunicadores desde una revisión teórica y bibliográfica, y es cuantitativo porque busca explicar los hechos a partir de datos numéricos a través de la recolección, tabulación y sistematización de la información. Se utiliza el método descriptivo por que describe una situación en particular, y las herramientas de investigación fueron la encuesta para la recopilación de información de profesionales del área comunicacional. Se describe a continuación como se utilizaron cada uno de los métodos:

- **Bibliográfico-Documental.** - información científica referente al tema de estudio, provenientes de textos (físicos y en línea), revistas científicas., documentos que han permitido la construcción del marco teórico.
- **Trabajo de campo:** para determinar lo que ocurre en el lugar de estudio, siendo dos momentos:
 - **Análisis de redes sociales,** en relación al desarrollo del quehacer periodístico, se tomaron en cuenta las redes sociales llamadas Facebook y Twitter donde

se realicen actividades periódicas relacionadas a la actividad periodística. Se seleccionaron bajo criterios de análisis comparativo, un medio convencional (*Diario El Mercurio*) que permitirá comprender las formas de adaptarse a las nuevas realidades de este tipo de medios; la de un profesional de la comunicación social (*Sr. Guermán Piedra*) para comparar la forma y velocidad de actuación en estos espacios, y de varias personas independientes, reunidas en una sola red social, que hacen periodismo de interés (Periodistas de la calle) lo que proporciona mayor información para el análisis de la formación profesional y profesionalizante y las acciones de persona aficionadas a esta actividad; por último se hace seguimiento a la página de un aficionado con corte satírico no convencional (*Solo Mijines*) lo que permite una mirada más amplia del tema.

Criterios de selección:

- Una cuenta de un medio de periodismo tradicional, que tiene tanto ediciones escritas como publicaciones web en Facebook y Twitter.
 - Una cuenta que reúna personas independientes, que hagan periodismo de interés social, en espacios digitales como Facebook y Twitter.
 - Una cuenta de un solo administrador, vinculado a espacios periodísticos.
 - Una cuenta de corte informativo no convencional de estilo libre
- **Encuesta** a profesionales de la comunicación, para indagar su parecer frente a las formas de hacer periodismo en medios digitales.

Desarrollo

Realmente los medios tienen un potencial enorme para promover la paz y construir puentes entre los pueblos, rompiendo el círculo fatal de la violencia, la venganza y las agresiones sin fin, tan extendidas en nuestro tiempo.

Juan Pablo II

La comunicación social y el periodismo.

Antes de adentrarnos en el tema objeto de estudio es preciso diferenciar los términos de comunicación y periodismo, con el fin de evitar confusiones y facilitar la lectura del documento.

Bohórquez (2013) señala, respecto del concepto de comunicación y periodista, que

“la Comunicación Social y el Periodismo se encuentran en constante estudio y discusión. Por una parte, se hace reflexión sobre si se complementan o difieren por su conceptualización y praxis. Por otra, se mantiene el interrogante de la científicidad de estos dos términos o, más aún, la disputa se mueve entre si el campo de conocimiento del Periodismo está regido principalmente por el hacer y no por la reflexión teórica como dice estarlo la Comunicación” (pág. 49).

Zalba y Bustos (2001), citados por Bohórquez (2013), expresan que

“la tensión teoría-práctica entre la comunicación y el periodismo debía ser considerada como falsa separación, pues los elementos que se presentaban como argumentos no avanzan más allá de la denominada división del trabajo o de los subjetivismos competente-incompetente, teórico empírico, pensante-ejecutor” (p. 39)

Así, se puede determinar que más que un problema de orden epistémico, responde a elementos ideológicos y personales que deberían ubicarse en el horizonte de análisis del ser, del sujeto y objeto que le dan identidad.

En este sentido, hay autores que usan los dos términos como sinónimos y se preocupan en desarrollar aspectos prácticos de estos, como se expresa a continuación: “quien asume el rol profesional de Comunicador Social o Periodista (...) debe ser capaz de analizar, interpretar, diagnosticar, gestionar, planificar y ejecutar, con pertinencia y pericia, en los diversos contextos que lo requieran...” (Bohórquez, 2013) para afrontar con la debida responsabilidad ética y de manera idónea, situaciones de interacción social y cultural.

Para este trabajo entonces, se asumirá la postura de los autores citados en los párrafos precedentes, siendo importante entonces rescatar lo que Paulo Freire citado por Barraquero y Sáez (2012) expone sobre el profesional de la comunicación; a quién le exhorta a limitarse a un papel de “facilitador” cuya única misión es la de promocionar y articular el sustrato de participación que reside en cada comunidad; así el rol del comunicador como investigador se convierte en un ente de transformación social (Barraquero & Sáez, 2012).

Para concluir este ampliar del estudio precedente, es importante observar nuestra realidad latinoamericana citando a Mellado (2010), quién describe al periodismo latinoamericano como una actividad laboral, profesional y académica, la cual se vincula con el campo de la comunicación, y además menciona que se ha generado una articulación forzosa entre el periodismo y la comunicación, en la falta de especificidad e institucionalización de ambos campos de estudio y en la mezcla de ocupaciones, así como lo expuesto por Barraquero & Sáez (2012), Zalba y Bustos (2001), Bohorquez (2013), Salaverría (2016).

Breve reseña de la historia del periodismo.

Como ya se ha expuesto anteriormente, la comunicación es connatural al hombre y es, además, la base de toda relación social, así, Martín-Algarra (2003) citado por Robledo (2017)

señala que “la auténtica comunicación hace descubrir a los copartícipes en ella, los vínculos naturales que existen entre ellos al tiempo que permite el desarrollo total de la persona” (p.2).

En el proceso de comunicación se genera una serie de sentidos sociales y discursos, que desde un principio se transmitía oralmente, pero que con el apareamiento de la escritura hallaría maneras de ser conservada, así, a lo largo del tiempo, la humanidad ha encontrado diversos soportes o sustentos físicos para registrar y fijar códigos que permitieran guardar la información y transmitirla a las futuras generaciones (Gargurevich, 2011).

Desde este punto de vista, para muchos estudiosos de la comunicación, la información como valor, data de la antigüedad. Sus primeras manifestaciones surgen cuando las noticias eran transmitidas vía oral, para luego ser trasladadas a los manuscritos ya fuera en papiros, pergaminos o papel, se conoce que existían personas que desempeñaban el oficio de transcribir los mensajes de sucesos o noticias que les relataban. En la Antigua Roma, por ejemplo, se comenzó a realizar comentarios memoriales e historias donde aparecen decretos establecidos de la información, así como también diarios de indagación pública para que los ciudadanos puedan estar al día en las noticias locales, se conoce que el primer diario fue el que Julio César hizo colocar en el Foro Romano y al cual denominó el Acta diurna, esto en el siglo I a. C.

Para otros autores como Robledo (2017), el principio de la historia del periodismo comienza en el siglo XVIII, con el nacimiento de la prensa en libertad y del primer periódico diario; con la iniciativa de la imprenta por Johannes Gutenberg en 1440, se dio paso a una gran difusión de libros, como la publicación de hojas escritas con noticias comerciales y económicas, repartidas en las diversas calles de las provincias burguesas.

Según la página Periodismo Social, el primer periódico impreso fue publicado en Alemania en 1457 con el título de *Nuremberg Zeitung*, que constaba de una sola página. En 1615 aparece el *Frankfurter Journal*; en 1640 la *Gazzeta pública* de Italia; en 1641 se edita la *Gaceta semanal* de Barcelona; en 1661 aparece la *Gaceta de Madrid*; en 1695 nace en Inglaterra el *Stanford Mercury*; dos años después de que apareciera en México el *Mercurio Volante*. Las gacetas publicaban noticias de actualidad, mientras que los mercurios difundían artículos de opinión y comentarios sobre acontecimientos culturales y políticos. Más tarde, según Gil (1993) citado por Robledo (2017) “explica que fue Inglaterra la primera nación que dio el paso audaz e innovador de lanzar una publicación de periodicidad diaria: The Daily Courant, periódico que nació el 11 de marzo de 1702” (pag. 4)

Con el apareamiento del telégrafo, un invento fundamental para el nacimiento de la radio y la introducción de la instantaneidad en la transmisión de la información (Robledo, 2017) se genera una nueva época en las comunicaciones, especialmente en la forma y distancia de hacerlo. Gargurevich, 2011 expone que luego de los avances en telegrafía, y dos siglos después del nacimiento de la prensa, se puede hablar del nacimiento de la radio, lo que significa nuevamente un cambio significativo en la manera de comunicar y hacer periodismo.

Desde 1895, Tesla, Marconi, Lee de Forest, Fleming, Edison y otros, inician experimentos en los que se combinan el telégrafo y otros inventos, siendo en 1920 cuando se fortalece el uso diario de la radio en la transmisión de programaciones continuas. (Gargurevich, 2011)

Otro cambio que motivó una nueva forma de comunicar y hacer periodismo fue la creación de la televisión, que se expande por todo el mundo entre los años 1945 y 1960, relegando en muchos aspectos a la radio y su actividad comunicativa.

Por el tipo de objeto de estudio, se desea dar mayor profundidad al desarrollar el tema del periodismo en el siglo XXI, con la intención de contar con más aspectos teóricos que aporten al análisis, objeto de este trabajo.

Periodismo en el siglo XXI.

Algunos autores como Palarea (2012), García (2013) y Robledo (2017), entre otros, concuerdan en decir que luego de la aparición de los diarios, la radio y la televisión, el siglo XXI marca un panorama distinto para el periodismo, esto por el desarrollo de lo digital, así como las nuevas maneras de comprender lo humano dentro del proceso de desarrollo de la ciencia, la tecnología y la internet.

Orihuela (2011), citado por Robledo, expone que

“los medios y los profesionales se enfrentan en esta hora a la ingente tarea de repensarse, redefinirse y adaptarse a un ecosistema comunicativo en el que para siempre tendrán que convivir con actores no profesionales y con otras industrias, al mismo tiempo que buscan modelos alternativos de negocio para sobrevivir como empresas” (pag. 9)

Generándose nuevas estructuras, significaciones y comprensiones del que hacer comunicativo y periodístico.

En esta misma línea, Cabezuelo, Liberal, Viñaras y Sierra (2011) describen el innegable poder que ha desarrollado las tecnologías de la información y la comunicación en su relación y dependencia con la internet, debido a que han logrado que la opinión pública dirija su atención hacia ellos, así como el impacto que genera la bidireccionalidad de la comunicación

con organizaciones de todo tipo, lo que urge a la comunicación social y el periodismo a volverse a adecuar a las nuevas realidades, como lo hizo en las veces anteriores.

Abordamos a continuación algunas de estas realidades a las que debe hacer frente como la web, blogs, redes sociales... entre otras.

La Web.

Martínez (2014) señala que el nacimiento de la web (www) data de 1990 en Suiza en el Centro de Estudios para la Investigación Nuclear (CERN) con el británico Tim Berners-Lee, quien propuso un sistema interconectado que permitiría almacenar, compartir y actualizar información mediante la conexión de los documentos a través de hipervínculos.

Antes de la Web, la manera de obtener los datos por la Internet era caótica, pues precisaba conocer múltiples programas y sistemas operativos (Guerra, 2011). La Web introduce un concepto fundamental, la posibilidad de una lectura universal; es decir que una vez que la información está disponible, se pueda acceder a ella desde cualquier ordenador, y estando en cualquier país, por cualquier persona autorizada, usando un único y simple programa.

Para que esto fuese posible, se aplica una serie de conceptos, el más conocido es el hipertexto. El surgimiento de la Web, supuso un avance tremendo de Internet, que en 1993 Word Wide Web creció un sorprendente 341.000%, tres años después, en 1996, todavía se duplicaba la cifra.

En relación con el periodismo, Gargurevich (2011), citado por Robledo (2017), precisa: “La revolución periodística en internet comienza realmente con las páginas web, que van desde páginas personales hasta páginas periodísticas formales y que deben pagar por el ‘dominio’. Son más elaboradas que los blogs y especializadas” (p.12).

Navegadores de internet.

Los más conocidos son el Explorer de Microsoft, Mozilla Firefox, Chrome de Google, entre otros, los cuales tienen capacidades diferentes, y son importantes cuando se crean páginas Web, puesto que además de un buen diseño, hay que tener en cuenta la compatibilidad con el navegador, especialmente para quienes desean mantener un buen flujo de información que sea consumida por los usuarios de la web.

Generalmente, Microsoft Explorer, es el navegador, que soporta gran número de efectos, incluido programas impregnados en el propio texto (versión 2.0 en adelante), escritos en lenguaje Java (algo muy parecido al lenguaje C), que son interpretados por el visualizador, y que permiten realizar páginas "inteligentes".

La comunicación virtual.

A nivel mundial 4.538 millones de personas tienen acceso a internet hasta el año 2020 (Galeano, 2020), mientras que la penetración de internet en América Latina ha llegado a 450 millones de personas para este mismo año (E & N, 2020), y según datos de STATISTA, MINTEL (Ministerio de Telecomunicaciones) y Internet World Stats, en el caso ecuatoriano ha existido una penetración del 81% al 2017, y de un 85% a junio del 2020, proyectándose llegar a un 98% al 2021. Estos datos permiten comprender lo que se ha expuesto en los puntos anteriores, así, el alto impacto que tiene el desarrollo de la comunicación por el internet, obliga a replantearse y resignificar el sentido de la comunicación social, como ha sucedido con el apareamiento de la radio, el telégrafo y la televisión.

En este sentido, uno de los nuevos conceptos que han aparecido en este medio es el de la comunicación virtual, que, según García E. (2014) tiene varias ventajas como la rapidez,

sencillez y el bajo costo económico; pero que, sin embargo, para muchos especialistas, en este tipo de comunicación se pierde la verdadera esencia de la comunicación humana.

La comunicación virtual, término acuñado a fines del siglo anterior y difundido en este, se realiza de diferentes formas, tales como la mensajería instantánea, el correo electrónico, blogs, chats, foros, entre otros. Es importante reconocer que “en un canal de comunicación virtual, los usuarios exponen sus ideas, opiniones y experiencias y, a su vez, reciben retroalimentación inmediata de otros usuarios (Universitat d’Alacant, 2020), lo que le diferencia de las formas de comunicación tradicional realizadas por la radio, la televisión o la prensa escrita.

Los sistemas de redes sociales han invadido la esfera de la vida y han cambiado totalmente nuestra forma de comunicarnos, rompiendo distancias, tiempos, medios y formas en las que se la realizaba unas décadas atrás. A través de estos medios se han construido modos y formas de comunicarse, según la intencionalidad de quién comunica; como el hacer publicidad, socializar con amigos, compartir documentos de trabajo, difundir información, impulsar metodologías educativas, etc. (Ruiz, 2015).

De las redes sociales, con mayor uso para este tipo de actividades en Ecuador en 2020 están Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn según datos de Internet World Stats, siendo de estas escogidas para el presente estudio las más utilizadas: Facebook y Twitter.

Facebook:

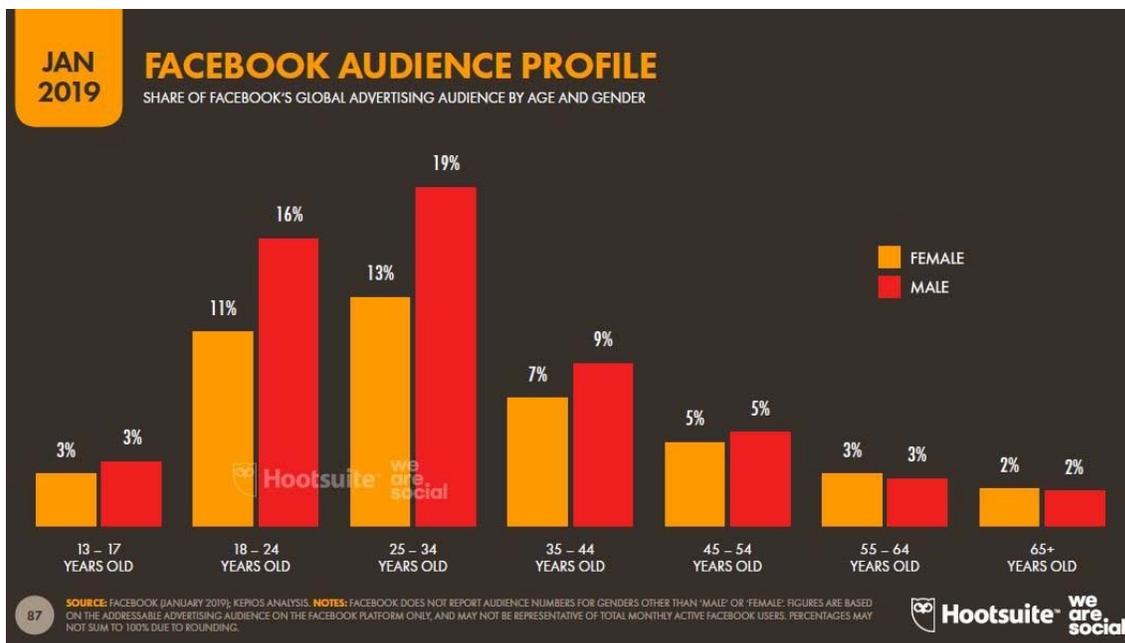
Facebook es la red social, considerada como la más popular del planeta, fue creada por Mark Zuckerberg en el 2004, cuyo objeto era ser una web para poner en contacto a estudiantes de la Universidad de Harvard; sin embargo, hoy en día, cualquier persona puede formar parte

de ella y entre las posibilidades que esta plataforma ofrece se encuentran el conectar con amigos; mantenerse en contacto con ellos; generar contenido propio, ya sea textual o visual; compartir enlaces de interés de la misma plataforma o desde otras plataformas; y seguir publicaciones de personajes públicos, medios de comunicación, instituciones u organizaciones de diverso índole (Robledo, 2017).

En el medio periodístico, los medios convencionales han empezado a configurar páginas en Facebook con el fin de ofrecer noticias y reportajes de interés para su público, de esta manera la audiencia puede conocer de primera mano los titulares y la última hora de la actualidad informativa, así como las entrevistas digitales, últimas publicaciones de los blogs o los acontecimientos que se narran en directo (Robledo, 2017).

Facebook en el mes de enero del año 2019, registró alrededor de 2.271 millones de usuarios activos, de acuerdo al estudio de *WeAreSocial* y *Hootsuite*, el 43% de los cuales eran mujeres y el 57% hombres. El 35% de la audiencia es menor de 25 años, y más del 90% accedieron a través de dispositivos móviles (Mejía, 2019).

Gráfico 1. Usuarios de Facebook a nivel mundial. Enero 2019



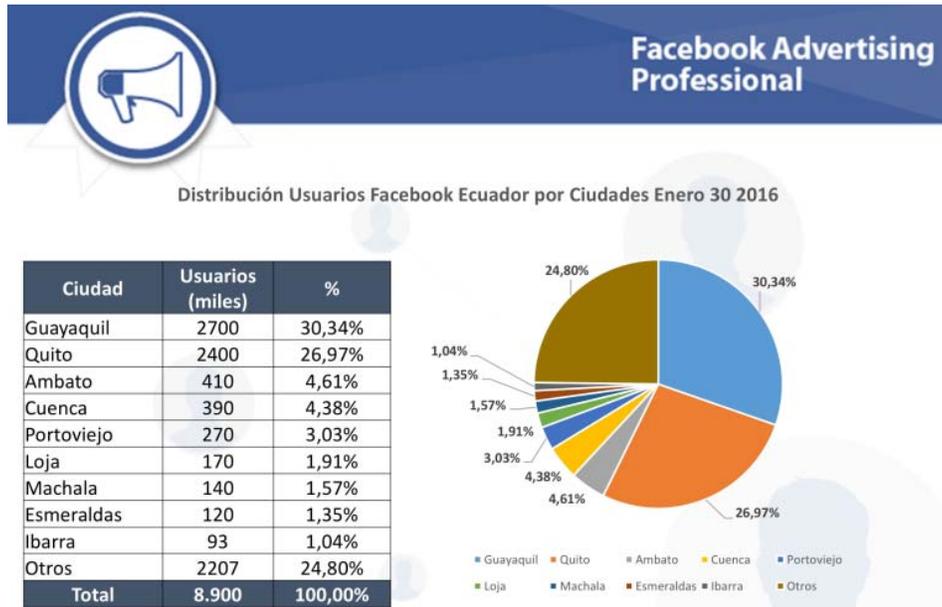
Fuente: Estudio de *WeAreSocial* y *Hootsuite* citado en (Mejía, 2019)

Uso de Facebook en Ecuador:

Según el informe Ecuador Estado Digital, para enero del 2020, de los 13,8 millones de personas que tienen acceso a Internet, 12,04 millones de usuarios se encuentran activos en Facebook. Siendo las personas que más usan esta red social las que se encuentran en el rango de edad entre 25 y 34 años. Mientras que el grupo que menos la usa está en el rango de 55 años en adelante (Primicias, 2020).

Casi cerca de 50 millones de empresas usan Facebook para establecer sus negocios, Ecuador cuenta con 8 millones 900 mil usuarios de los cuales más del millón y medio son administradores de esta red, muchos de estos usuarios pertenecen a marcas comerciales, emprendimiento e intereses comunes. Si se analiza más a fondo Guayaquil presenta mayor cantidad de usuarios, seguido por Quito y Cuenca, como nos muestra el grafico 2. (Del Alcazar, 2016).

Gráfico 2. Ciudades de Ecuador que más usan Facebook

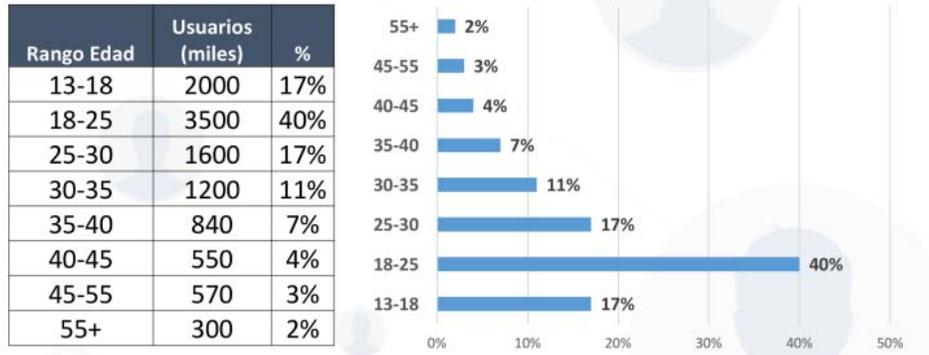


Fuente: (Del Alcazar, Estadísticas Facebook Ecuador, 2016)

El grafico 3 nos enseña la población por grupos de edad que tiende a usar con mayor demanda esta red social, liderando las personas de 18 a 25 años con un 40% superando al resto de edades permitidas.

Gráfico 3. Estudio de Facebook por edades.

Distribución Edad Usuarios Facebook Ecuador 30 de Enero de 2016



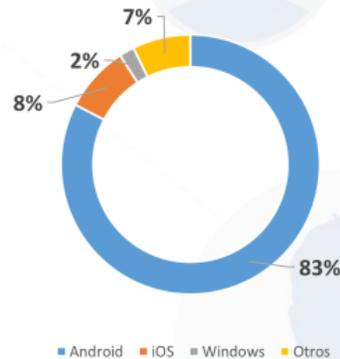
Fuente: (Del Alcazar, Estadísticas Facebook Ecuador, 2016)

Este tipo de servicio otorgado por esta red social tiene también un grado de afinidad con los sistemas operativos que se utiliza, así en el gráfico 4, referente a los dispositivos móviles, se puede observar que los teléfonos con tecnología Android son los más demandados, le sigue el IOS de Apple, para concluir con los otros sistemas como Windows en porcentajes muy pequeños. El uso de los sistemas operativos permite observar también la preferencia de uso de los dispositivos y los sitios web de mayor conexión.

Gráfico 4. Usuarios de Facebook por sistema operativo.

Usuarios Móviles Ecuador por Sistema Operativo (Enero 30 de 2016)

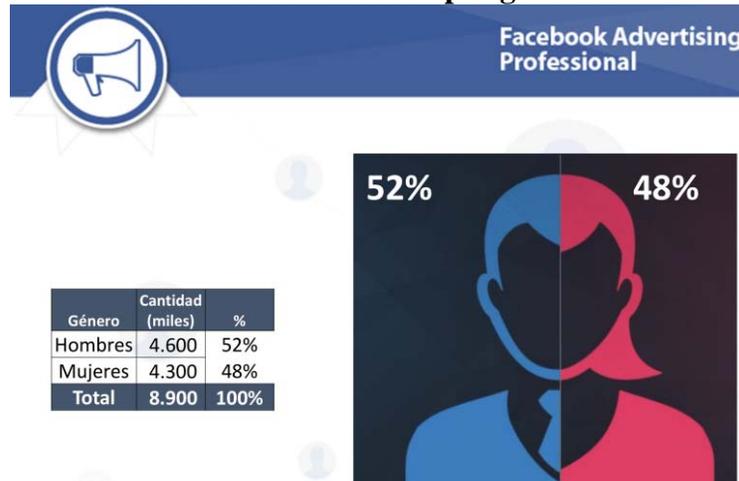
Dispositivos Móviles		
Sistema Operativo	Cantidad (miles)	Porcentaje
Android	5.700	83%
iOS	570	8%
Windows	130	2%
Otros	500	7%
Tabletas	6.900	100%



Fuente: (Del Alcazar, Estadísticas Facebook Ecuador, 2016)

Para finalizar el gráfico 5 nos muestra que el 52% de usuarios de Facebook son varones y el restante 48% son mujeres.

Gráfico 5. Usuarios de Facebook por género en Ecuador.



Fuente: (Del Alcazar, Estadísticas Facebook Ecuador, 2016)

Twitter

Twitter es un microblogging creado por Jack Dorsey en 2006, y lanzado al público en el 2007 (Martínez, 2014). Su funcionamiento consiste en el envío de mensajes de 140 caracteres a modo de mensajería instantánea, a los cuales se los conoce como tweets, y que aparecen en

el perfil de Twitter, para ser leídos por los usuarios que se suscriben como seguidores o followers del perfil.

En el ámbito periodístico, Twitter se ha constituido como “un espacio para el encuentro de los medios y los periodistas con su audiencia, teniendo una comunicación mucho más directa y donde el público puede criticar, discutir, aportar ideas y nueva información” (Barbosa, 2012).

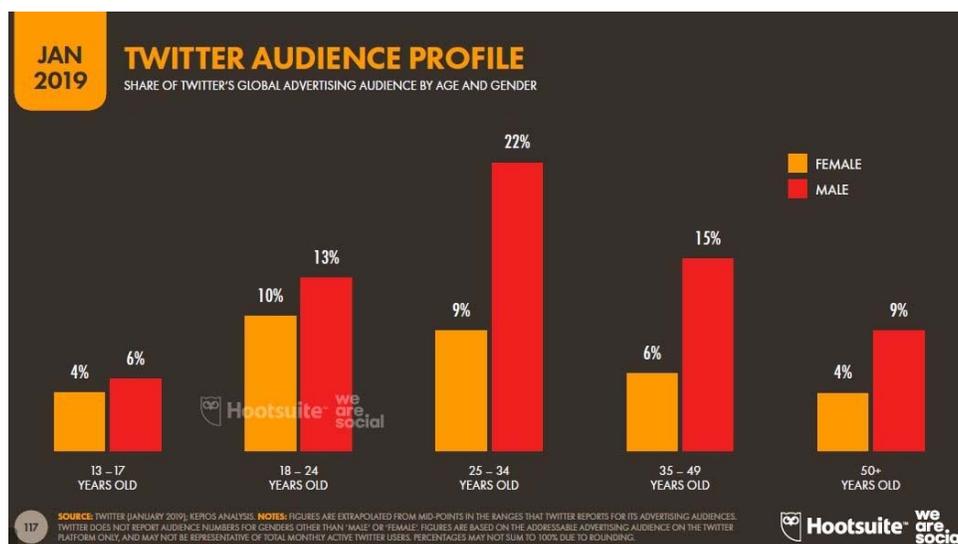
El uso del Twitter, en relación al periodismo, permite el fácil acceso a fuentes y expertos, debido a los cauces de comunicación instantánea que introduce mediante las menciones y los mensajes directos; permite escuchar y conversar con la audiencia, dando lugar al feedback; detecta tendencias y breaking news; afina el uso del lenguaje por su número limitado de caracteres; y permite aumentar la visibilidad y viralidad de los contenidos, así como la conversación en torno a estos (Robledo, 2017).

A través de Twitter, los periodistas buscan y monitorean fuentes, detectan noticias, tendencias y los medios para promocionar sus contenidos y, en el mejor de los casos, para dialogar con sus usuarios (Orihuela, 2011) citado en (Robledo, 2017). Según Barbosa (2012), el uso de Twitter es gratificante para un periodista, puesto que le ayuda a ser el primero en conocer y transmitir profesionalmente una información, y más aún si es en directo, permitiendo que se siga informando sobre ese acontecimiento en tiempo real.

Esta red cuenta con aproximadamente 326 millones de usuarios activos en un mes, es una de las redes que tiene un crecimiento más lento, sin embargo, se vuelve indispensable para la estrategia social de marketing, pues la información que maneja se da en tiempo real y de

manera pública lo que ayuda a la publicidad de las marcas (Mejía, 2019). Los mayoría de usuarios de esta red están entre 25 a 49 años. (Gráfico 6)

Gráfico 6. Usuarios de Twitter a nivel Mundial



Fuente: Mejía (2019)

Uso de Twitter en Cuenca-Ecuador:

En Ecuador, Twitter alcanza alrededor de 1,1 millones de usuarios, principalmente es un espacio para opinar sobre política y temas coyunturales. El 47% de usuarios de Twitter tiene entre 18 y 34 años de edad (Primicias, 2020), siendo la cuarta red social más usada a nivel nacional (Del Alcazar, 2015), se acopla a los periódicos más importantes de la ciudad de Cuenca entre ellos consta *El Mercurio*, que, durante 2019, mediante Facebook y Twitter, presenta una noticia destacada titulada “Asesinan en Colombia a candidata a alcaldesa y 5 personas que la acompañaban”, este posteo registró 442 vistas tanto en Facebook como en Twitter. (CMV, 2019)

En el diario *La Tarde*, en este mismo espacio de tiempo, la noticia diaria más destacada virtualmente fue “*Wilson Sanisaca, un padre que no conoce de obstáculos*”, tuvo 137 vistas tanto en Facebook como Twitter. (LCH, 2019)

En el diario *El Tiempo*, una de las noticias o asuntos sociales que presenta el mismo, es un informe de la ECU 911, el cual registra 80,5 Tweets con 128 mil seguidores, y 4701 me gusta. (ECU 911, 2019). En otro informe de este mismo diario, se visualiza un artículo con el tema “*Nuevo año lectivo inició con normalidad en Cuenca*”, compartido en Facebook 225 veces. Estas síntesis de publicaciones y los datos registrados, son una referencia para entender la importancia del papel de las redes sociales en la dinámica de la información en la actualidad.

El periodismo digital.

El apareamiento de la tecnología y el desarrollo del internet ha transformado drásticamente las formas de comunicación; elementos como las cartas enviadas por correo, el teléfono convencional y el fax han sido reemplazados por plataformas digitales o aplicaciones como Facebook, Twitter, WhatsApp... lo que ha reestructurado las formas convencionales de comunicarse, de relacionarse y de hacer periodismo.

Con la irrupción de estas nuevas tecnologías digitales, se acentúa el debate continuo que viven las profesiones de la comunicación con respecto a su identidad y modalidades; hay quienes niegan incluso la necesidad de que existan profesionales de la intermediación informativa (Salaverría, 2016). En este sentido, Fernández (2009,) al hablar de las redes sociales, argumenta sobre la necesidad de profesionales que puedan convertir estos espacios

digitales en servicios para la sociedad. En este contexto Revollar (2016), se refiere al periodismo digital como:

“una actividad que ejerce la manera de enseñar la información concerniente a la actualidad, analizándola para repartir a la sociedad de distintas maneras, como los medios directos de comunicación (televisión, radio, internet, periódicos), también se puede decir que el periodismo es la capacitación oral, el tratamiento escrito, visual o gráfico de la información que tiene la finalidad de informar, esto permite ser un instrumento importante para reformar la sociedad. El periodista tiene una importante labor de trascendencia social e información verificable”. (pág. 4).

Con el pasar de los años y la innovación de medios tecnológicos el periodismo también ha evolucionado y generado constantemente formas o estilos de hacer comunicación social y/o periodismo, capaces de mantener a la sociedad siempre enterada de los hechos actuales de su entorno.

Así, el periodismo digital está asociado íntegramente al uso del internet y las distintas tecnologías, donde la información suele ser distribuida de manera ágil y con mayor cobertura de público receptor.

Con el surgimiento del periodismo digital, el profesional de la comunicación necesita más elementos que solo los titulares o los efectos sonoros para jerarquizar el contenido que entrega, puesto que la inmediatez de las redes sociales hace que exista un cortísimo plazo para definir la jerarquización e importancia de la información.

Sin duda, el principal elemento del periodismo digital es el internet al cual se lo puede definir como “un canal artificial de información, en el que tienen cabida varias herramientas para la

comunicación y que abarca la comunicación mediada” (Barbosa, 2012) Este sistema se transformó en uno de los pilares de las comunicaciones, el entretenimiento y el comercio en todos los rincones del planeta en las últimas década (Martínez, 2015)

En este punto del trabajo, se hace necesario comprender de forma adecuada el significado e historia del periodismo, las funciones que este tiene en relación con la comunicación y los tipos de periodismo,

Labor del comunicador digital.

Debido a la complejidad del volumen de información, y la rapidez con las que estas se producen, el comunicador digital no se limita solo a la tarea de elaborar publicaciones digitales o la elaboración de contenidos; siendo el verdadero trabajo del periodista digital la gestión de la información, es decir, el análisis y jerarquía de la misma, con la respectiva ética y moralidad que impone su profesionalismo: así el principal desafío de los comunicadores es distinguir en la información y noticia, lo significativo de lo irrelevante, en el inmenso canal de contenidos. Aquí se presentan algunos de los retos que debe afrontar: aprender el uso de las nuevas tecnologías y los recursos de internet, proporcionar el contexto en el que se genera la noticia mediante la propia investigación directa respetando los derechos del autor, aprender y aplicar los conocimientos de los diseñadores gráficos, respetar al lector, reconocer aquellas fuentes fidedignas y serias... de modo que aunque el periodismo digital tenga la ventaja de poder ser independiente, es decir no depende de las grandes empresas de comunicación que filtran la información o registren la misma, sin embargo, no debemos olvidar que la ética y responsabilidad al informar juegan un papel muy importante (Stieglitz, 1990).

Periodismo digital en Facebook y Twitter

Teniendo en cuenta los puntos anteriores, es importante comprender que siendo actualmente Facebook la red social con mayor número de usuarios en el mundo y que cubre casi el 90% del uso de las redes sociales, se ha convertido también en un nuevo nicho de publicaciones de carácter noticioso y de re compartir las noticias de medios tradicionales de comunicación.

El canal de Twitter es también un medio poderoso para emitir noticias u opiniones, que permite noticias ágiles y que pueden difundirse con gran rapidez. Esto exige como ya propusimos, a que los medios de comunicación, y la actividad del periodismo miren las formas de interactuar en estos nuevos escenarios.

En un lapso de 20 años, con respecto a los modelos de negocio y distribución, el periodismo pasó por 3 cambios significativos:

- Cambio de prioridades, de las ediciones impresas a las digitales
- Surgimiento de redes sociales y su gran capacidad de distribución de contenido
- Dominio de los dispositivos móviles

Para concluir esta primera parte, se proponen algunos datos para seguir reflexionando sobre el rumbo que el periodismo digital va a tomar: El centro de investigaciones Pew (Estados Unidos) investigó en 2016 que, el 67% de los estadounidenses tienen una cuenta de Facebook, de los cuales un 47% adquiere noticias diarias de aquella plataforma. Con respecto a Twitter, el 26% de los adultos tienen una cuenta y solo el 9% adquiere comunicados de información diaria a través de esta plataforma.

Estos números según el mismo estudio, se vuelven significativos al compararlos con un 42% de estadounidenses, quienes en 1980 veían noticias nacionales a través de canales como el ABC, NBC y la CBS. (Rebolledo, 2017).

Análisis e interpretación de resultados.

Para este estudio se ha realizado el seguimiento a cuatro cuentas en Facebook y tres cuentas de Twitter, con los siguientes criterios de selección, propuestos por un análisis de las formas de transmitir la información desde distintos ángulos e intereses:

- Una cuenta de un medio de periodismo tradicional, que tiene tanto ediciones escritas como publicaciones web en Facebook y Twitter.
- Una cuenta que reúna personas independientes, que hagan periodismo de interés social, en espacios digitales como Facebook y Twitter.
- Una cuenta de un solo administrador, vinculado a espacios periodísticos.
- Una cuenta de corte informativo no convencional de estilo libre

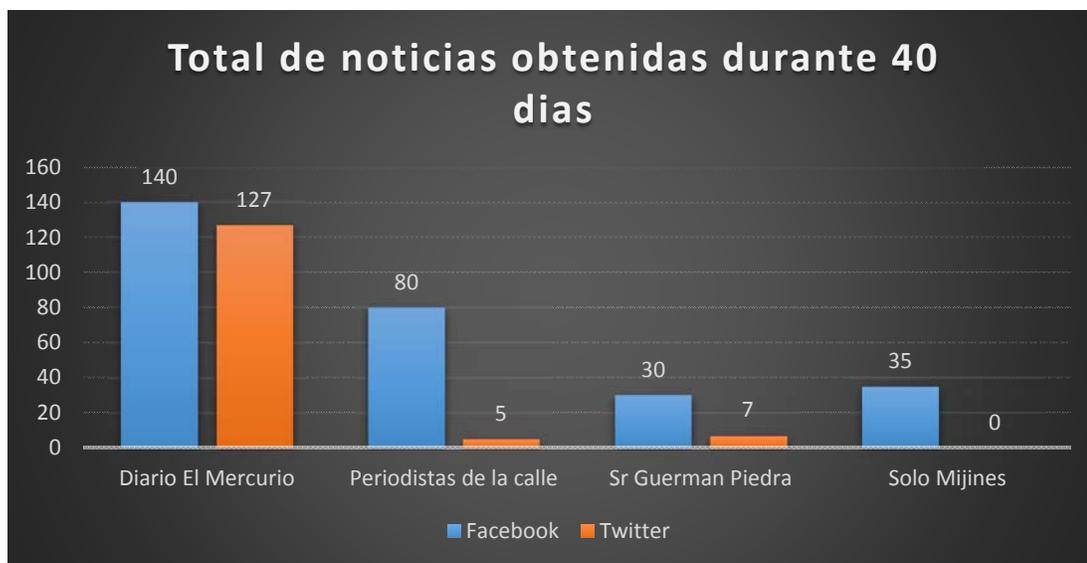
Con estos criterios, se escogieron las siguientes páginas:

1. Diario el Mercurio
2. Periodistas de la Calle
3. Sr. Guermán Piedra
4. Solo Mijines.

Se realizó una comparación y seguimiento de los espacios digitales de las páginas seleccionadas, durante un periodo de 40 días, entre los meses de octubre a noviembre septiembre, considerando los hechos que el país vivió como fue la crisis político-social y el paro indígena.

1. Análisis de Número de noticias registradas- Encuesta: Preguntas 1-2-3

Gráfico 8 Número de Noticias registradas



Fuente: Facebook y Twitter, 2019

Del total de noticias registradas en Facebook durante los 40 días de análisis, los medios tradicionales fueron quienes tuvieron mayor reporte de noticias, en relación con los medios independientes; y en el caso de Twitter se registraron un total de 139 noticias de las cuales, más del 90% pertenecen al diario *El Mercurio*, y el restante se distribuyen entre *Periodistas de la Calle*, la página personal de *Guerman Piedra* casi en igual valor, y la página *Solo Mijines* no registra una cuenta en esta plataforma digital.

Así entonces, se puede visualizar que los medios tradicionales lideran el ranking de las páginas que más información suben a través de las redes sociales de manera cotidiana, y que presentan mayor estrategia y conocimiento en cuanto a estructura profesional de la noticia.

Al relacionar estos resultados con los obtenidos en las encuestas realizadas a 60 profesionales de la comunicación, en relación a las preguntas 1, 2 y 3 (ver anexo 1) que hace alusión a las

nuevas formas de hacer periodismo, la calidad de aporte que hacen estas y de la necesidad de mantener informado de todas las actividades a la comunidad; se puede inferir que el volumen de información subida en el total de los medios analizados no abastece completamente la información diaria de todos los eventos que acontecen dentro de la ciudad a la ciudadanía.

Los medios independientes presentan una importante desigualdad ante los medios tradicionales en cuanto a la cantidad y detalles de información que ofertan a sus usuarios, se refleja también el poco conocimiento que se tiene, o la escasa relevancia que se da a estas nuevas herramientas digitales como medio informativo.

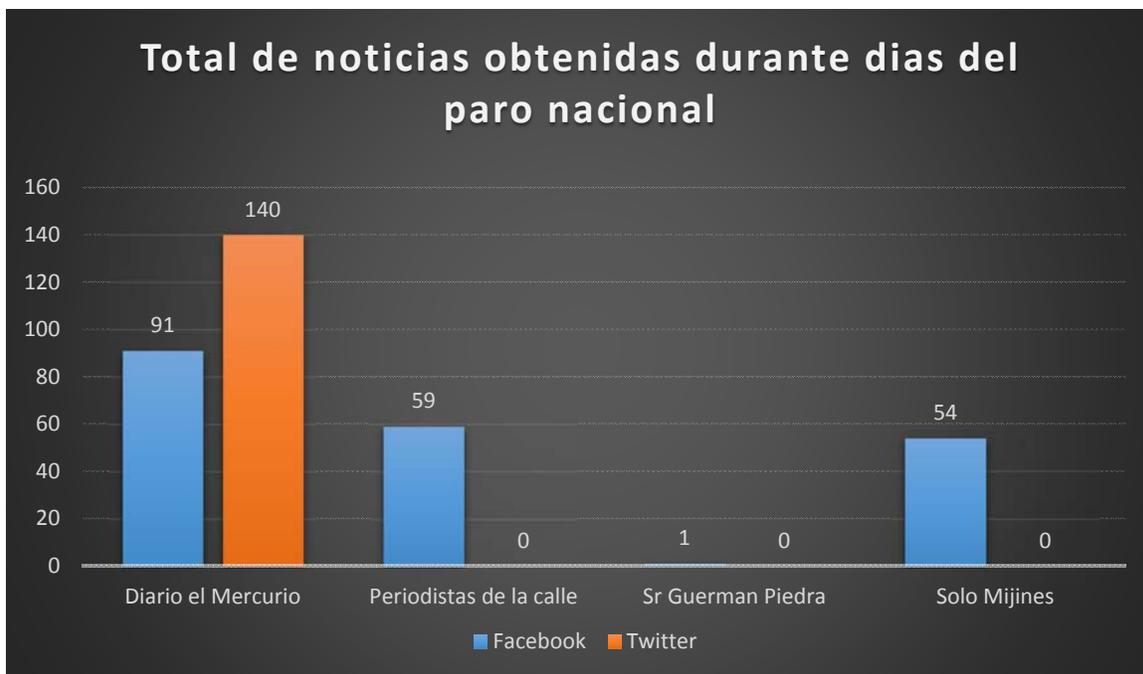
Sin embargo, más del 50% de los entrevistados, concuerdan que el periodismo a través de las redes sociales representa un beneficio para que la comunidad cuencana se mantenga informada, y casi el 100% de los encuestados califican como un aporte muy bueno a excelente el tener acceso a una información variada y diversificada, con distintos autores y actores, que enriquecen aún más el conocimiento de la realidad de la población.

Es importante también mencionar, que existen noticias que los medios tradicionales no suelen cubrir, y los medios independientes si lo hacen, he ahí que estos medios resultan relevantes, pero que sin duda necesitan una mayor profesionalización puesto que muchas veces trabajan personas no profesionales que informan basados en su conocimiento empírico y que suelen añadir una dosis de opinión personal.

2. Análisis del número de noticias registradas durante el paro nacional y

Encuesta: pregunta 4

Gráfico 9



Fuente: Facebook y Twitter

Por motivo de análisis y para enriquecer el estudio, se realizó el seguimiento a las redes sociales entre los días 1 y 16 de octubre, tomando en especial cuatro fechas que fueron los días de las movilizaciones indígenas, en la gráfica se puede fácilmente visualizar una diferencia en las publicaciones entre Facebook y Twitter, siendo esta última más baja, sin embargo de manera general, se da un incremento en la media diaria de 80 noticias publicadas; siendo liderado por diario *El Mercurio* con 91 publicaciones durante los días del seguimiento del paro nacional, seguido por *Periodistas de la Calle* con 59 noticas, *Solo Mijines* con 54 de las cuales son de información satírica social o política y por último la pagina personal del sr Piedra con 1 publicación.

Sin embargo, la cuenta de Twitter del diario *El Mercurio* muestra una creciente muy significativa, esta lidera la tabla con 140 noticias equivalentes al 100% de las publicaciones

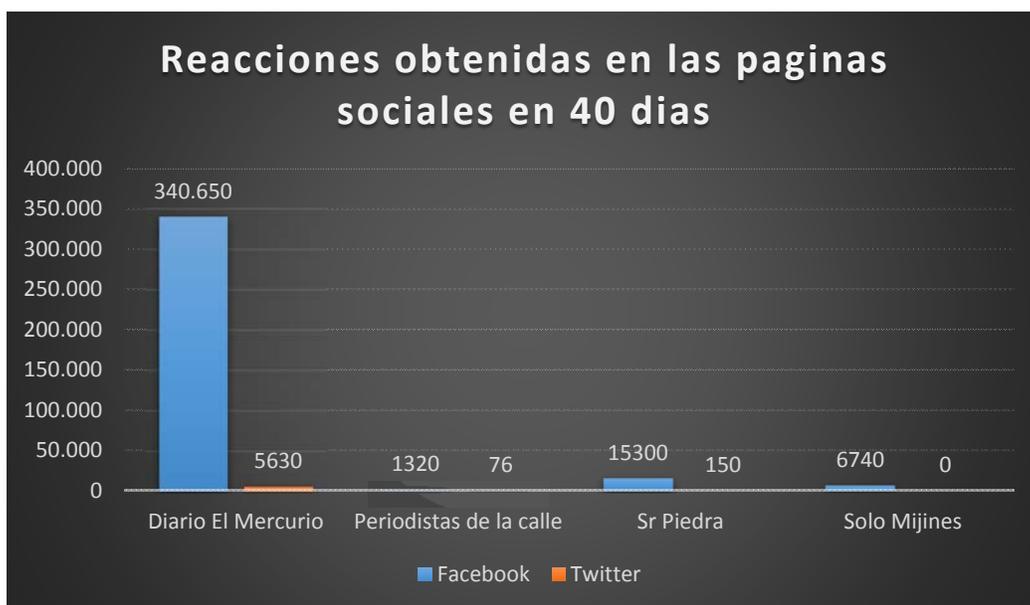
con respecto a las otras páginas, así dando a entender que este medio fue el único que uso esta plataforma para comunicar y lanzar notas informativas.

En relación a la teoría propuesta, los datos de las encuestas, pregunta 4 (anexo 1), las noticias más difundidas por su velocidad de transmisión y su forma resumida, durante eventos de interés colectivo, se dan por medio de las redes sociales, cabe señalar que las noticias que se dan en Twitter son netamente de contenido informativo, al contrario de Facebook que presenta información de carácter mixto, es decir investigación tanto satírica como noticiosa.

Es menester señalar también que el medio tradicional se impuso en el número de noticias, mientras los otros medios se limitaron totalmente en Twitter, y además redujeron su posteo en Facebook.

3. Análisis de reacciones en redes sociales

Gráfico 10



Fuente: Facebook y Twitter

El objetivo central de este trabajo consistió en determinar las nuevas formas de hacer periodismo en las redes sociales. Si observamos las reacciones obtenidas en torno al tiempo de seguimiento y las fechas especiales se notará que en general las personas acceden a espacios de comunicación tradicional así sea a nivel virtual, dejando sus likes y comentarios en torno a las noticias presentadas.

Los autores estudiados exponen que la generación de confianza en las personas genera también confianza en sus productos, Merchán (2017) ésta resalta la cualidad de la empatía y de la confianza como medio para generar relaciones que hagan que un cliente regrese.

En este sentido, podemos ver en la gráfica 10 que diario *El Mercurio* tuvo mayor interacción con 340.650 “likes”, con el 93.58% del total obtenido con respecto a los otros medios; a pesar de tener un promedio bajo en posteo de noticias, estas se convierten rápidamente en virales, lo sigue la página personal de *Guerman Piedra* con un 4.20%, la página

independiente *Solo Mijines* con 6740 likes, siendo el 1.85% y por ultimo *Periodistas de la Calle* con 1320 likes finalizando con el 0.36%.

En la cuenta de Twitter, del 100% de información, *El Mercurio* tiene el 96.14% de reacciones, la página personal de *Guerman Piedra* con el 2.56%, *Periodistas de la Calle* con el 1.29% y no se considera a *Solo Mijines* por no registrar cuenta, lo cual se puede deber a que esta página apuesta por la imagen y multimedia más de los 140 caracteres permitidos.

Pese a estos datos que demuestran lo expresado al inicio de este acápite, lamentablemente se desconoce la veracidad o no de las noticias subidas generalmente a las redes sociales, acogiéndonos a lo que mencionan los profesionales de la comunicación en la encuesta realizada, al decir que existe un desconocimiento de leyes que regulen y controlen la autenticidad de las noticias en los medios virtuales; siendo difícil validar lo expuesto en estos medios por normativas internas del país.

4. Análisis de la reacción registradas en los días de paro nacional y pregunta N. 9 de la Encuesta

Gráfico 11



Fuente: Facebook y Twitter

Como complemento al gráfico anterior (Gráfico 10) en esta imagen se puede ver que las tendencias manifestadas se mantienen; la gente busca información en los medios que publican constantemente y son de orden tradicional, con una ligera variante en los últimos días en los cuales se difundió la idea de que la prensa es “corrupta”, despuntando la comunicación por los otros medios estudiados, con especial tendencia a los memes y sátiras políticas.

La pregunta nueve hizo alusión a si los medios de comunicación pueden influir en la veracidad de la información, obteniendo como respuesta que el 75% de los encuestados creen que la influencia es muy fuerte; pues es cada vez más la gente que prefiere la comunicación en redes social que en medios informativos convencionales.

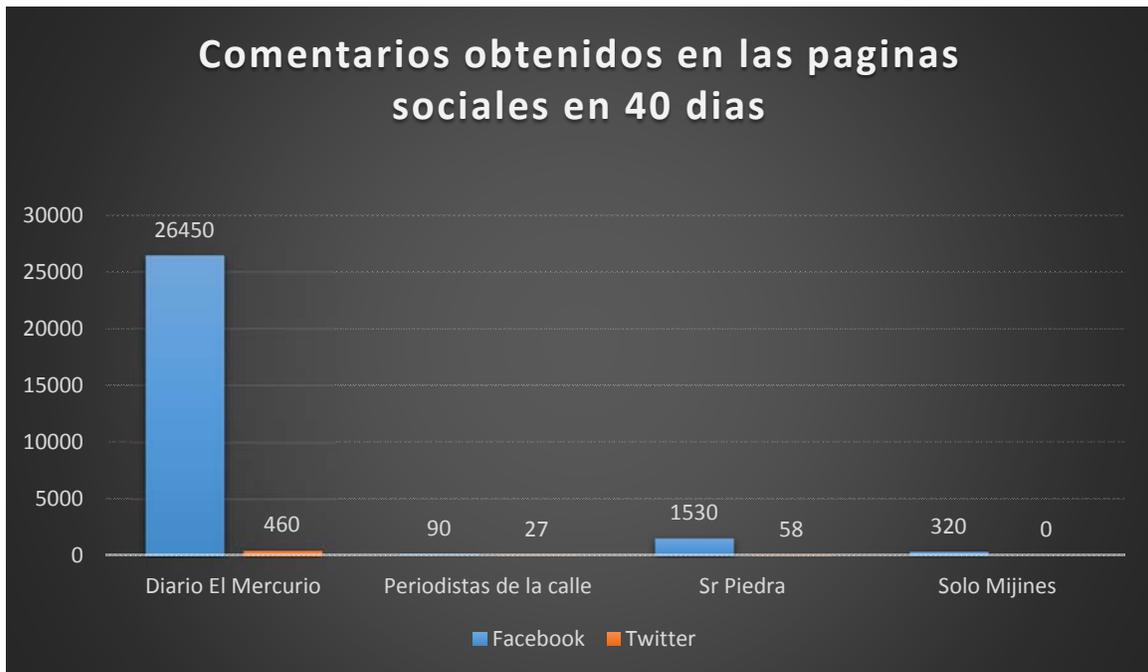
Por lo expuesto, se puede comprender que las nuevas formas de hacer comunicación en los medios virtuales, configura la manera tradicional, pero con mayor agilidad en la velocidad

de cambio y actualización de la información, con variantes entre la libertad de expresarse y de exponer la información; con una gran variedad de nuevos comunicadores; pero que mantiene en el ideario de los cuencanos el buscar compartir las publicaciones de los medios tradicionales, y manteniendo una gran aceptación de los medios impresos; como primera fuente y lo virtual como complemento.

En cuanto a las reacciones obtenidas por parte de las personas, hacia las noticias de los gráficos 9 y 10, *Diario el Mercurio* continua liderando con 20399 likes obtenidos en 3 días cruciales del paro indígena siendo este el 61.53% del total, sin embargo, al analizar la propuesta anterior no supera la cantidad de “me gusta” diarios tomando en cuenta el grafico 10 pues, aquí serian casi 6799 likes cotidianos mientras que volviendo al grafico 9 nos arroja un resultado total de 8516 likes por día, le sigue la página solo Mijines con el 21% de datos, Periodistas de la calle con el 15.57% y por último la pagina personal de *Guerman Piedra* con el 1.05% de reacciones.

5. Análisis de comentarios registrados y pregunta N. 7 de la Encuesta

Gráfico 12



Fuente: Facebook y Twitter

Para complementar el estudio de las nuevas maneras de hacer periodismo digital, siguiendo Facebook y Twitter, el gráfico 12 no muestra una vez más que el Diario *El Mercurio* se encuentra primero en comentarios con 26.450 lo que corresponde al 93,16% de los resultados obtenidos estos 40 días, lo sigue la página personal de *Guerman Piedra* con el 5,38%, la página *Solo Mijines* con el 1,12% y por último *Periodistas de la Calle* apenas con el 0,32%; siendo fundamental comprender que si los usuarios se toman el tiempo de comentar lo publicado, es porque ha generado el suficiente interés para interactuar sea positivo o no frente a lo expuesto en la nota publicada.

Considerando la alternativa presentada en los sondeos realizados a los encuestados, en torno al tema de si la interacción entre personas y redes sociales es oportuna (anexo 1), se obtuvo que más del 58% del total de encuestados, afirman que si existe la interacción necesaria, y esta

además retroalimenta lo mencionado por los autores sobre lo que genera la noticia publicada; corroborada con las 26.450 veces que los usuarios expresaron su opinión en cada publicación subida.

6. Análisis de los comentarios registrados en los días de paro nacional

Gráfico 13



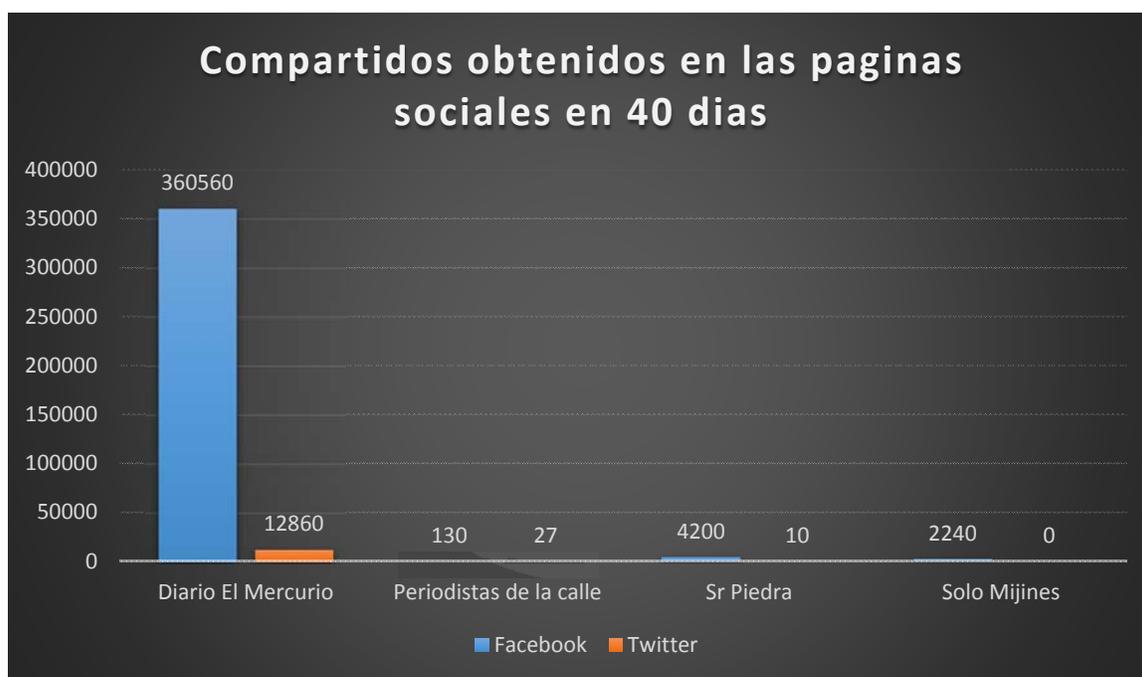
Fuente: Facebook y Twitter

Los resultados son similares al anterior numeral, puesto que, de los cuatro medios, Diario *El Mercurio*, registra 6.081 comentarios durante los días sondeados del paro indígena, lo que equivale al 82.76% y lo siguen las páginas de *Periodistas de la Calle* junto con *Solo Mijines* con el 8.56% y el 8,47% respectivamente y por último la pagina personal de *Guerman Piedra* con tan solo 14 comentarios en sus publicaciones equivalente al 0,19 %.

Lo cual tiene relación con la cantidad de noticias que sube periódicamente este diario, y a medida que ofrece mayor contenido a sus usuarios generan mayor interacción y participación de los mismos.

7. Análisis de los compartidos registrados

Gráfico 14



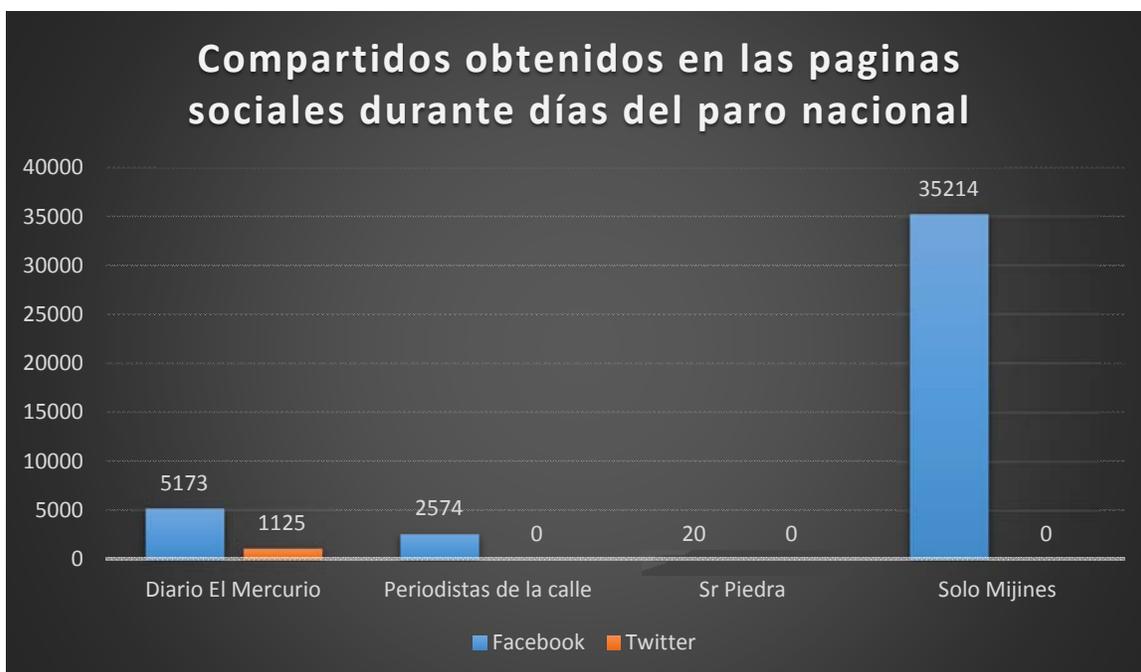
Fuente: Facebook y Twitter

Diario *El Mercurio* se encuentra al principio de la lista de Facebook con 360.560, ganando a las demás páginas con más del 300%, le sigue una publicación de la pagina personal de *Guerman Piedra* con 4200, una sátira de *Solo Mijines* con 2.240 y por ultimo *Periodistas de la Calle* con tan solo 130 compartidos, por otro lado en Twitter, se encuentra en una de sus más bajas categorías en comparación a Facebook al presentar únicamente 12897 Re tweets dentro del rango de los 40 días en las tres páginas consultadas, y nuevamente Diario *El*

Mercurio registra el 99,71%, *Periodistas de la calle* con el 0,21% y por último, la página personal de *Guerman Piedra* con el 0,08%

8. Análisis de los compartidos registrados en los días de paro nacional

Gráfico 15



Fuente: Facebook y Twitter

Lo presentado en la gráfica 14 permite comprender la reacción de las personas en momentos puntuales en los que se somete a crítica, la validez de la información de los medios tradicionales y las formas tradicionales de hacer periodismo, pues en estos tres días lidero la página *Solo Mijines* con 35.214 compartidos siendo el 81.92% de la información total recopilada, precisamente la noticia que acaparo estos datos fue la celebración por la derogación del decreto 883 por parte de los indígenas y el pueblo ecuatoriano, realmente en esos días la prensa tradicional no obtuvo la misma interacción de sus usuarios, tal vez porque

no ofreció la suficiente o adecuada información, dando lugar que los usuarios a las otras páginas.

Diario *El Mercurio*, registra 5173 compartidos correspondientes al 12.03%, *Periodistas de la Calle* con 2574 compartidos siendo el 5.98% y por último la página personal de *Guerman Piedra* con 20 compartidos obteniendo solo el 0,04%, la cuenta de Twitter en estos días no tuvo mayor interacción a nivel general de los medios sujetos a análisis.

A partir de este análisis, se puede mencionar que actualmente la población es consciente de que existen nuevas formas de hacer periodismo, y que tienen una tendencia de crecimiento, apoyada sobre todo en el uso recurrente de la población de dispositivos móviles y las redes sociales sobre todo Facebook y Twitter, pues como hemos visto la población de la ciudad de Cuenca en particular sigue las noticias, información y contenido en general principalmente en la plataforma de Facebook, siendo una herramienta estratégica para los medios convencionales.

En el periodismo digital, se ve matizada la riqueza y confianza generalizada del que hacer tradicional del periodismo y de los medios que lo hacen; sin embargo el nuevo panorama digital, obliga a innovar y reinventarse en la manera de hacer periodismo digital a través de redes sociales, y muchos profesionales de la comunicación lo hacen utilizando recursos como memes, publicación de noticias light, de cambio rápido y de información rápida que no busca pulir el contenido o mantener un estilo, sino simplemente informar de manera rápida.

En este contexto, el uso de las redes sociales ya no se inclina solo al entretenimiento, y mantenerse conectado todo o gran parte del día, para el profesional de comunicación sobre

todo supone nuevas herramientas para ejercer su actividad periodística, por lo cual es necesario que los comunicadores sean conscientes que la información digital ofrece variedad en contenidos multimedia que se pueden utilizar en un solo contenido para hacerlo llamativo e interesante y pueda ser compartido en las redes y que no solo genere interacción sino también se informe con responsabilidad.

También se pudo observar que pese a que gran parte de la población tiene contacto todo el tiempo con estos espacios tecnológicos, existen grados de desconfianza en cuanto al cien por ciento de la información en las redes sociales Twitter y Facebook, lo cual los hace navegar en otras páginas para corroborar el contenido postado.

A partir de los resultados de las encuestas y del análisis de las páginas en las redes sociales, se puede decir que no solo los medios de comunicación sino también los comunicadores como tal, están abiertos y dispuestos a conocer, explorar e implementar estas nuevas formas de hacer periodismo.

Conclusiones

Dentro del periodismo, el internet se ha convertido en uno de los factores más importante para la proyección de información debido a su rápida manipulación y funcionalidad. En los tiempos actuales, la difusión de información a través de las plataformas digitales, es el principal desafío para los comunicadores y medios de comunicación. Los comunicadores, como profesionales, deben transformarse en los procuradores de los datos informativos, puesto que el uso global de las redes sociales implica que todo usuario pueda crear contenido y difundirlo sin necesariamente ser profesional en el área de comunicación.

Tanto Facebook, como Twitter, Instagram, YouTube, y otras redes sociales, son aplicaciones que se utilizan a diario por diferentes personas, de diversas edades, nacionales, y otras características, las cuales día a día cada una de ellas poseen más usuarios, es decir mayor cantidad de personas que hacen uso de las mismas, considerando estos como un factor importante y de alta relevancia para la distribución de información.

Con respecto al alcance que tienen las redes sociales Twitter y Facebook en la comunidad de Cuenca, gracias al estudio realizado se interpretó que la de mayor aceptación e interacción es Facebook, tanto por el usuario como por el emisor de contenido pues, el superior numero de comentarios y reaccione que tuvo el publico frente sus publicaciones es mucho mayor en comparación con Twitter.

Facebook brinda distintas alternativas de información de acuerdo a categorías, se puede crear contenido a través textos, videos, fotos, historias, entre otros. Al contrario de Twitter, quien solo acepta 140 caracteres en sus publicaciones.

Se puede interpretar que quienes interactúan en las redes sociales, gracias a los datos obtenidos en la investigación, son conscientes del surgimiento y convivencia con las nuevas formas de hacer periodismo, pero sobre todo, los comunicadores cuencanos tienen conocimiento de estas herramientas y están dispuestos a continuar adentrándose en las mismas y explorando estrategias y acciones para continuar con su labor periodística.

Según la metodología aplicada se obtuvieron diversos resultados de alta importancia que permitieron determinar las presentes conclusiones, entre ellas, se logró comprender, a través de lo expresado por la población Cuenca, y cotejado con el seguimiento a las cuentas de las redes sociales que, las nuevas formas de hacer periodismo en las redes sociales benefician en gran cantidad a los medios tradicionales, esto se debe a la facilidad de su manipulación y el gran alcance que estas poseen en relación a los medios independientes, ya que se puede brindar información nivel regional, nacional, e internacional.

A su vez los encuestados expresaron que ellos utilizarían como medio principal las diferentes redes sociales (especialmente Facebook y Twitter) para la divulgación de información, ya que esta puede influir altamente en su veracidad, dando importancia y credibilidad a las noticias mediante varias características como los videos en vivo, fotos, imágenes entre otros, variando de las fuentes de donde estas se produzcan.

Por otro lado, también concluimos que las paginas sociales destinadas a la información no están cumpliendo con mantenernos actualizados en los eventos sucedidos tanto nacional como internacionalmente, pues tomamos el promedio de 3 noticias subidas al día en una red social, incluido toda categoría de información como puede ser crónica, deportes, social, entre otros, y la comparamos con la media de 79 publicaciones en su versión impresa, resultando una mínima información.

Recomendaciones

Auto capacitación e innovación en los profesionales de comunicación, que les permita abordar estas nuevas formas de periodismo, a través de las redes sociales, y así poder contar no solo con un personal altamente calificado, sino capaz de crear contenido adecuado cuya justificación y fuentes de información sea garantizada, correcta y de tal fiabilidad que genere confianza en la comunidad receptora.

Motivar a las medias tradicionales a incursionar en estas nuevas formas de periodismo, de tal manera que la población se familiarice con estas nuevas tendencias y crear una cultura de periodismo digital responsable.

Crear en cada medio un manual de buenas prácticas, que permita ejercer el periodismo en estas plataformas, con un verdadero compromiso, veracidad y claridad, y no brindar información no garantizada, falsa, o de poca confiabilidad, sin hacer mención a supuestos, prevenir cometer errores que abra paso a la desconfianza de los usuarios de estas aplicaciones digitales Facebook y Twitter.

Desde la Academia, crear un programa de capacitación sobre periodismo digital, herramientas tecnológicas y el uso de las redes tanto a los profesionales como a los ex estudiantes y estudiantes actuales de la carrera de Comunicación, para que se mantengan en constante actualización y estén capacitados para enfrentar los nuevos desafíos de la labor periodísticas en cuanto al uso de redes sociales.

Referencias

- Barbosa, A. J. (2012). *Periodismo y medios digitales, nuevas maneras de informar*.
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5745>
- Barraquero, A., & Saez, C. (2012). TEORÍA CRÍTICA DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL. EL LEGADO DE PAULO FREIRE Y ANTONIO GRAMSCI EN EL DIÁLOGO NORTE-SUR. . *RAZÓN Y PALABRA, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación* , <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524426004.pdf>.
- Barrera, C. (2004). HISTORIA DEL PERIODISMO UNIVERSAL. En C. Barrera, *HISTORIA DEL PERIODISMO UNIVERSAL* (pág. 26). GRUPO PLANETA (GBS).
- Bohórquez, G. (2013). Reflexión sobre el ejercicio del comunicador social y periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la profesión. *Aportes de la comunicación y la cultura*, 48-57.
- Cabezuelo, F., Liberal, S., Viñarás, M., & Sierra, J. (2011). *Los retos del profesional de la comunicación estratégica y organizacional en el actual contexto digital*. En Robledo op.cit. . Zaragoza: Asociación de la prensa de Aragón.
- Cabrera, C. (2005). *Actualizaciones programadas para el boletín informativo*. DPA.
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 45-68.
- Campoverde, A. (2015). *Manejo y uso de las redes sociales facebook y twitter por parte de los periodistas de los noticieros matutinos "la hora de la verdad"*. Cuenca. Recuperado el 30 de Siembre de 2019, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11245/1/UPS-CT005516.pdf>
- Carreño, M. I. (2008). *La Comunicación Organizacional*. Mexico: gestioPolis.
- CMV. (02 de Septiembre de 2019). *Asesinan en Colombia a candidata a alcaldesa y 5 personas que la acompañaban*. Obtenido de <https://ww2.elmercurio.com.ec/2019/09/02/asesinan-en-colombia-a-candidata-a-alcaldesa-y-5-personas-que-la-acompanaban/>

Collado, C. F. (julio de 2009). *www.infosol.com.mx*. Obtenido de www.infosol.com.mx:

https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/La-Comunicacion-Organizacional.html#.XRdz9OtKiM8

Cruz. (19 de Octubre de 2017). *Blog del experto*. Obtenido de

<https://blog.universidadeuropea.es/es/institucional/el-blog-del-experto/cuales-son-los-diferentes-tipos-de-periodismo#>

Del Alcazar, J. (27 de Noviembre de 2015). *Estadísticas Usuarios Instagram Ecuador*. Recuperado el

30 de Septiembre de 2019, de <https://blog.formaciongerencial.com/estadisticas-instagram-ecuador/>

Del Alcazar, J. (30 de Enero de 2016). *Estadísticas Facebook Ecuador*. Recuperado el 30 de

Septiembre de 2019, de <https://blog.formaciongerencial.com/estadisticasfacebookecuador/>

E & N. (2020). Obtenido de Clave del día:

<https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/1001605-330/los-usuarios-de-internet-m%C3%B3vil-en-am%C3%A9rica-latina-crecer%C3%A1n-un-50-para>

ECU 911. (02 de Septiembre de 2019). *ECU 911 Austro*. Obtenido de

https://twitter.com/ECU911Austro?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1168514066488451072&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.eltiempo.com.ec%2Fnoticias%2Fcuenca%2F%2Fnuevo-periodo-lectivo-inicio-normalidad-cuenca

Fernandez, J. R. (1943). Historia del Periodismo Argentino . En Fernandez, *Historia del Periodismo*

Argentino (pág. 9). Argentina : Libreria Perlado.

Galeano, S. (18 de Noviembre de 2020). *Marketing Ecommerce*. Obtenido de

<https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/>

- García, E. (2014). *LA COMUNICACIÓN VIRTUAL A TRAVÉS DE LA WEB PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA UNIDAD EDUCATIVA GUARANDA, DE LA PROVINCIA BOLÍVAR CANTÓN GUARANDA, DURANTE EL PERÍODO 2012 - 2013*. Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar, Tesis de Maestría.
- García, H. (2000). PERIODISMO DE INTERNET. *CHASQUI*.
- Gargurevich, J. (2011). *Introducción a la historia del periodismo*. Lima: Pontificia Universidad. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gedisa, A. (14 de junio de 2015). *Medidas y medios de comunicacion* . Obtenido de periodismo audiovisual : <http://www.infoperiodistas.info/noticia/2417/Periodismo-audiovisual>
- Guerra, J. (24 de 07 de 2011). *LA web y su evolución*. Obtenido de sites.google.com: <https://sites.google.com/site/jesseniguerraecheandia/la-web-y-su-evolucion>
- Informativo NTI. (25 de Septiembre de 2017). *Facebook es la principal red social de uso en Ecuador*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2019, de <http://oromartv.com/facebook-la-principal-red-social-uso-ecuador/>
- LCH. (23 de Agosto de 2019). *Wilson Sanisaca, un padre que no conoce de obstáculos*. Obtenido de <https://www.late.com.ec/2019/08/23/wilson-sanisaca-un-padre-que-no-conoce-de-obstaculos/>
- Lopez, M. (22 de Marzo de 2015). *Historia del periodismo* . Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/06/nmpl6.htm>
- Manuel, J., & Ramos, O. (2001). Las revistas literarias en España entre la edad de plata y el medio siglo. En R. O. Manuel Jose, *Las revistas literarias en España entre la edad de plata y el medio siglo* (pág. 10). Madrid: Torres.
- Marthins, P. (2009). Redes Sociales: Un nuevo paradigma en el horizonte sociológico. *Cinta Moebio*, 88-109.

- Martínez, F. (2014). *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales*. Tesis doctoral.
- Martínez, J. F. (2015). *Implantación de aplicaciones web en entornos internet intranet y extranet*.
Madrid : RA-MA.
- Mejía. (21 de Marzo de 2019). *ESTADÍSTICAS DE REDES SOCIALES 2019: USUARIOS DE FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN, WHATSAPP Y OTROS*. Obtenido de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Pilar, N. T. (8 de julio de 2009). *www.infosol.com.mx*. Obtenido de [www.infosol.com.mx](https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/La-Comunicacion-Organizacional.html#.XRdz9OtKiM8):
https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/La-Comunicacion-Organizacional.html#.XRdz9OtKiM8
- Ramirez, M. (29 de Marzo de 2016). *Hiru.eus*. Obtenido de <https://www.hiru.eus/es/medios-de-comunicacion/que-es-la-prensa-escrita>
- Rebolledo, R. A. (2017). *Transformación del periodismo con Facebook*. NY: El Economista .
- Revollar, R. (2016). El periodismo. *Tesis digitales*, 4. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/rodriguez_rr/cap3.pdf
- Robledo, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Comhumanitas: revista científica de comunicación* , 1-27.
- Ruiz, J. A. (2015). Comunicación Virtual entre elementos y dinámicas. En J. A. Ruiz, *Comunicación Virtual entre elementos y dinámicas*. (págs. 50-62). Mexico: UNION.
- Sanchez. (2 de mayo de 2015). *Artiun*. Obtenido de <http://catalogo.artium.org/dossieres/4/fotoperiodismo-la-realidad-captada-por-el-objetivo/historia/primeras-publicaciones-foto-1>
- Social, P. (s.f.). *Periodismo Social*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/misitiowebmegcgrupoo/home/origen-del-periodismo>

Stieglitz, A. (1990). El inicio del fotoperiodismo ilustrado. . En A. Stieglitz, *El inicio del fotoperiodismo ilustrado*. .

Troyano. (2017). *El periodismo, cultural del periodismo*. Obtenido de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo1.pdf

Universitat d'Alacant. (2020). *Comunicación Virtual*. Alicante: BUA.

Vivaldi, M. (2011). Genereos periodisticos . En M. Vivaldi, *Genereos periodisticos* (págs. 65-66).

Anexo 1

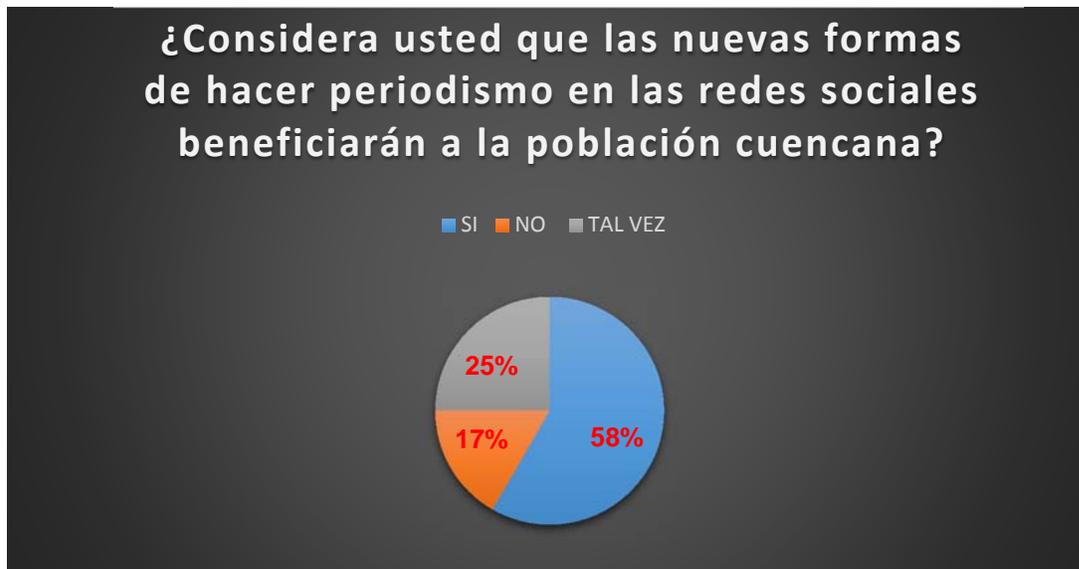
1.- ¿Considera usted que las nuevas formas de hacer periodismo en las redes sociales beneficiarán a la población cuencana?

Tabla. 1: resultado de la encuesta.

SI	NO	TAL VEZ	TOTAL
35	10	15	60
=	=	=	
58%	17%	25%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.

Fuente: Encuesta.

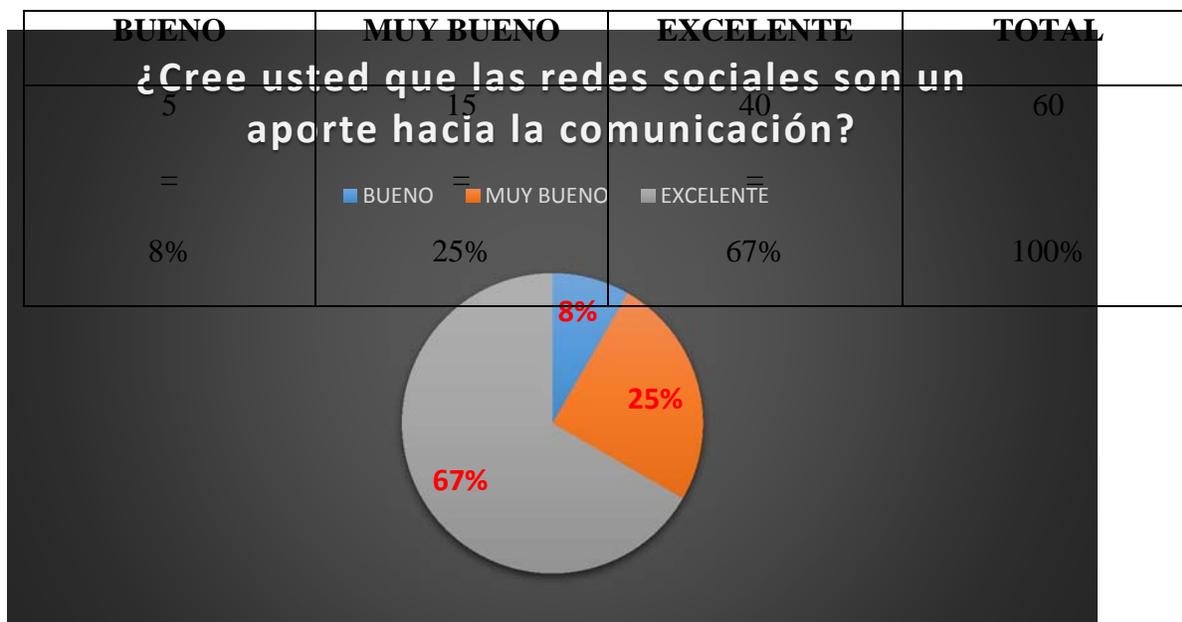


En la pregunta sobre las nuevas formas de realizar periodismo mediante redes sociales beneficiará a la población cuencana los resultados obtenidos fueron los siguientes.

El 58% de los encuestados respondieron con un SI, el 17% con NO y el 25% con TAL VEZ, por lo cual existe una población considerable que acepta la actividad periodística a partir de las redes sociales y que incluso están familiarizadas con ellas.

2.- ¿Cree usted que las redes sociales son un aporte hacia la comunicación?

*Tabla. 2: resultado de la encuesta.
Elaborado por: Loja, Mónica.*



Para más del 60% de la población encuestada el uso de las redes sociales para la comunicación es Excelente, lo cual coincide con la pregunta anterior en donde la población entiende a las redes sociales como medios de comunicación y tiene una aceptación favorable a esta nueva tendencia de comunicar e informar.

3.- ¿Será necesario que se informe toda actividad o suceso a la comunidad cuencana?

Tabla. 3 resultado de la encuesta.

MUCHO	POCO	NADA	TOTAL
45	10	5	60
=	=	=	
75%	17%	8%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.

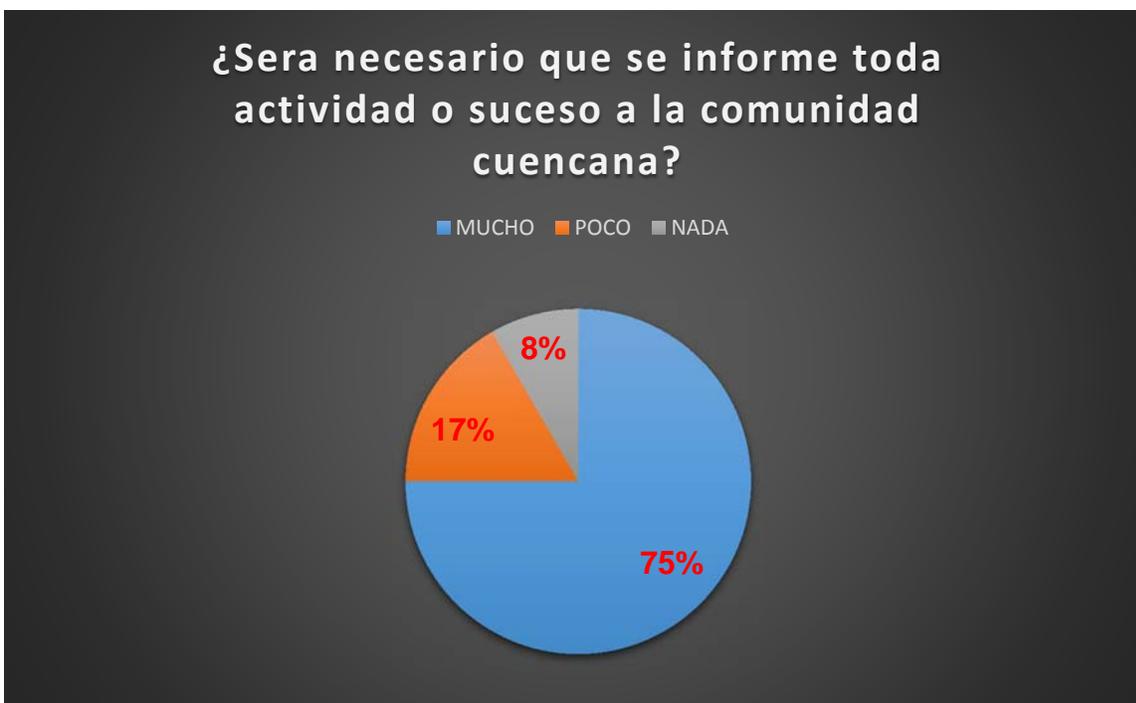


Gráfico 2.- Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

El 75% de la población está de acuerdo con que se informe los sucesos que acontecen en la comunidad, lo que representa la mayoría de la población a quienes les interesa el acontecer

sobre todo local. Entonces frente a una aceptación de redes sociales como medio de comunicación, esta población está consciente que el acontecer local se puede transmitir a través de las herramientas digitales.

4.- ¿Se podrá reemplazar a los medios de comunicación tradicionales por las redes sociales?

Tabla. 4 resultado de la encuesta.

SI	NO	TOTAL
35	25	60
=	=	
58%	42%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.



Gráfico 3.. - Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

Los resultados a esta pregunta no reflejan una diferencia relevante puesto que la población encuestada, casi en igual porcentaje opina que es posible y no el reemplazo de los medios tradicionales por las redes sociales, entonces podemos decir que los dos medios continuarán coexistiendo como medios de información al menos en la comunidad de Cuenca.

5.- ¿Mediante qué tipo de comunicación utiliza usted para mantenerse informado?

Tabla. 5 resultado de la encuesta.

RADIO	TELEVISION	PERIODICO	REDES SOCIALES	TOTAL
5	20	10	25	60
=	=	=	=	
8%	33%	17%	42%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.



Gráfico 4.. - Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

En referencia a las anteriores preguntas, se reafirma el uso mayoritario de la población por las redes sociales con un 42% seguido por el 33% de la televisión y en porcentajes menores el periódico y la radio.

6.- ¿Usted conoce que exista un profesional en analizar lo publicado en redes sociales?

Tabla. 6 resultado de la encuesta.

NUNCA	POCO	NINGUNO	TOTAL
5	15	40	60
=	=	=	
8%	25%	67%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.



Gráfico 5.- Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

En esta pregunta no sorprendió el resultado, que se detalla a continuación;

El literal NUNCA representando con el 8% demuestran no conocer algún profesional que realice lo propuesto, en cambio el 25% de las personas diferentes comentaron conocer POCO un especialista en análisis de publicaciones de redes sociales, y lo sorprendente de la interrogante fue el 67% con la respuesta de NINGUNO, lo cual demuestra que no conocen a ningún especialista en el tema o no son conscientes del tema de investigación posible.

7.- ¿Usted establece que la interacción con los lectores y los medios de redes sociales sean oportunos?

Tabla. 7 resultado de la encuesta.

SI	NO	A VECES	TOTAL
35	10	15	60
=	=	=	
58%	17%	25%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.

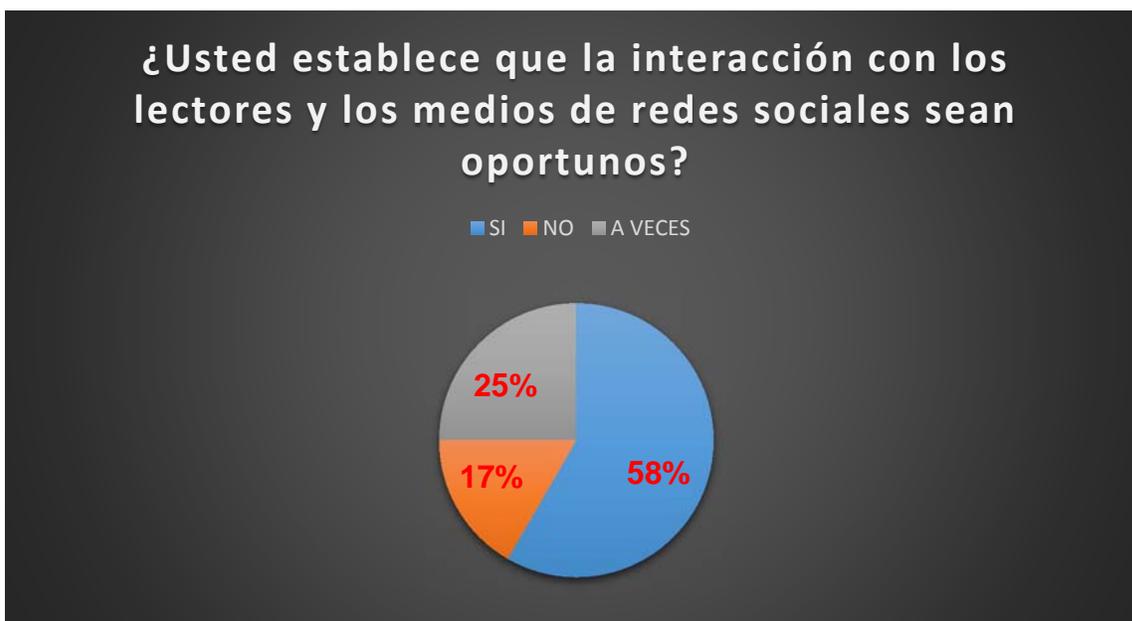


Gráfico 6.- Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

Más del 50% tuvo una respuesta afirmativa a la oportuna interacción del lector y las redes sociales, lo que obedece a lo mencionado en el contexto teórico que el contenido en las redes sociales se caracteriza por ser ágil, de amplia difusión para el usuario.

8.- ¿Determinaría usted como medio principal el comunicar en espacios informativos por redes sociales?

Tabla. 8 resultado de la encuesta.

ACUERDO	DESACUERDO	ENCONTRA	TOTAL
45	10	5	60
=	=	=	
75%	17%	8%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.

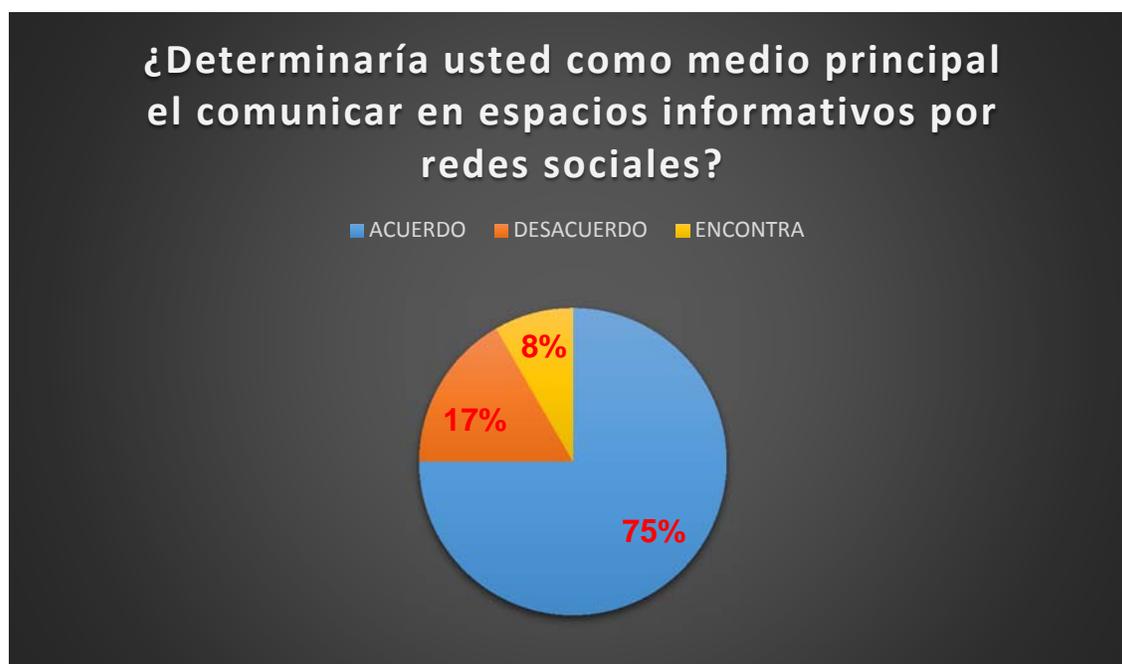


Gráfico 7.- Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

El 85% de los encuestados determinaron como medio principal que las redes sociales se pueden realizar espacios informativos, lo que tiene correlación con las respuestas de las preguntas anteriores pues al parecer la población encuestada son usuarios de redes sociales y lo utilizan no solo como medio de entretenimiento sino también de información.

9.- ¿Cómo cree usted que la comunicación por redes sociales puede influir en la veracidad de la información?

Tabla. 9 resultado de la encuesta.

MUCHO	POCO	NINGUNO	TOTAL
45	10	5	60
=	=	=	
75%	17%	8%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.



Gráfico 8.- Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

Concluyendo la encuesta al proceder con la debida interrogante observamos el siguiente resultado: Para el 75% es realmente MUCHO que la comunicación por este medio social influya en la verdad de la información, en cambio para el 17% lo ven POCO estratégico en informar con la veracidad de las redes sociales y el 8% de las respuestas NINGUNO demostrando que no creen en la veracidad de la información lo demostraron en encuesta realizada, lo cual concuerda con la base teórica que menciona que parte de los problemas de la información en redes sociales es que es cuestionable ante la veracidad o no de la misma, y ya que puede ser formulada por cualquier usuario puede tener deficiencias o una fuente débil de origen.

10.- **¿Conoce usted alguna ley de comunicación que analice la información que se publique en las redes sociales?**

Tabla. 10 resultado de la encuesta.

DESCONOCE	CONOCE	ME HAN COMENTADO	TOTAL
45	5	10	60
=	=	=	
75%	8%	17%	100%

Elaborado por: Loja, Mónica.

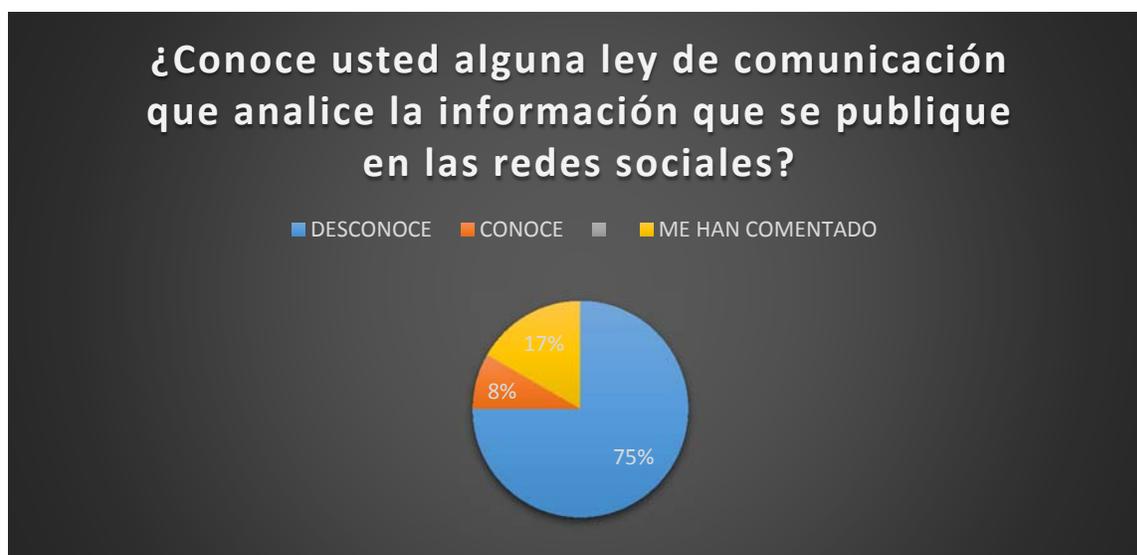


Gráfico 9.- Análisis testimonio docentes

Fuente: Encuesta.

Al final de la encuesta se concluyó con la pregunta sobre si existe alguna ley de comunicación que analice la información al momento de publicar en redes sociales, cabe resaltar que la interrogante es en base al conocimiento de la persona;

Para el 78% DESCONOCEN que exista una ley de comunicación que se encargue plenamente en el contenido de publicar en las redes sociales, solo el 8% la minúscula parte sabe del tema a tratar, pero en cambio el 17% ME HAN CONTADO no podemos evitar el comentario de cualquier persona que trate de profundizar el tema y es justo ahí que se encuentran este grupo de personas encuestadas lo han escuchado de otras personas.

Y precisamente la falta de una normativa o regulación a lo que se postea en las redes sociales, hace que cada vez se difunda gran cantidad de información que puede ser o no confiable o verdadera y que no exista responsabilidad de difusión de la misma.

Anexo 2

Medio	Pagina	# noticias / día	# reacciones / día	# comentarios / día	# compartidos / día	Fecha	Noticia con mayor cantidad de reacciones	# noticias portadas impresa
Facebook	Diario El Mercurio	3	86	10	5	19 de agosto	Deportes (44)	

		3	8490	664	9958	2	Pizzería
						septiemb	entrega
						re	comida
							gratis a
							indigentes
							(8381)

EL MERCURIO
DIARIO INDEPENDIENTE DEL AUSTRO
LUNES, 1 de septiembre de 2019 \$ 0.50

Hoy ingresan primero, segundo y tercero de Bachillerato
El regreso a clases modifica desde hoy la rutina familiar

Un total de 257 442 estudiantes de plan-tas de Aconcagua, Cautín y Malleco ingresan a los liceos.

Las familias se preparan para recibir a sus hijos en los liceos. En la foto, una familia se prepara para recibir a sus hijos en el liceo.

Un inmueble derrocado tenía 129 años y era de tipología colonial

Un inmueble de 129 años, localizado en el centro de Valparaíso, fue derrocado este lunes. El inmueble tenía una estructura de mampostería y era de tipología colonial. Fue derrocado por un terremoto que ocurrió el día anterior.

Baños, una parroquia en expansión

Baños, una parroquia de 107 años, está en expansión. La parroquia ha crecido considerablemente en los últimos años, debido a la migración de personas desde otras zonas del país.

Recaudaciones para AP iniciaron en 2011: Terán

Las recaudaciones para la AP (Asociación de Padres de Familia) comenzaron en 2011. Estas recaudaciones son destinadas a mejorar la infraestructura de las escuelas y comprar materiales educativos.

De la erosión surge la obra de cuencana Juliana Vidal

La obra de la cuencana Juliana Vidal surge de la erosión del suelo. Esta obra es un ejemplo de cómo se puede transformar un espacio negativo en un espacio positivo.

Mundialito de los Pobres entra en semana decisiva

El Mundialito de los Pobres entra en su semana decisiva. Este torneo es un evento que busca promover el deporte entre las personas de bajos recursos.

Alerta máxima a causa de amotinamiento en el CRS

Se declara alerta máxima a causa de un amotinamiento en el CRS. Este incidente ha causado preocupación en la comunidad.

		3	106	15	51	1 octubre	Choque de 2 vehículos (98)
--	--	---	-----	----	----	-----------	--------------------------------------

EL MERCURIO
DIARIO INDEPENDIENTE DEL AUSTRO
MÉDIZ, 1 de octubre de 2019 \$ 0.50

Sin apoyo la eventual alza del IVA

 La Comisión del IVA del Congreso...
 La Comisión del IVA del Congreso...
 La Comisión del IVA del Congreso...

Huecos en vía Ricaurte-La Raya

 La carretera, de apenas 6 kilómetros, entre Bosa de Trujillo...
 La carretera, de apenas 6 kilómetros, entre Bosa de Trujillo...
 La carretera, de apenas 6 kilómetros, entre Bosa de Trujillo...

Incertidumbre por 3 desapariciones

 María José Sánchez, 17 años, y Adriana Isabel Tello, 21 años...
 María José Sánchez, 17 años, y Adriana Isabel Tello, 21 años...
 María José Sánchez, 17 años, y Adriana Isabel Tello, 21 años...

El Inambi pronostica aguaceros
 El INAMBI pronostica aguaceros...
 El INAMBI pronostica aguaceros...
 El INAMBI pronostica aguaceros...

Apoyan disolución del Congreso

 La Comisión del Congreso...
 La Comisión del Congreso...
 La Comisión del Congreso...

No al suero en polvo insisten los ganaderos
 No al suero en polvo...
 No al suero en polvo...
 No al suero en polvo...

Quinónez disputa hoy la final

 La selección peruana...
 La selección peruana...
 La selección peruana...

Brasileñas, entre rivales de "las Leonas"
 Brasileñas, entre rivales de "las Leonas"...
 Brasileñas, entre rivales de "las Leonas"...
 Brasileñas, entre rivales de "las Leonas"...

		20	3087	868	1330	3 octubre	<p>Noticia en directo</p> <p>donde Yaku Pérez se dirige a la comunidad (736)</p>	
--	--	----	------	-----	------	-----------	--	--

		17	11821	3947	2827	13 de octubre	Leónidas Iza pide a Moreno derogue decreto 883 (2642)	
--	--	----	-------	------	------	---------------	---	--

		54	5491	1266	1016	16 octubre	Se tomará 89 acciones legales en contra de Yaku Pérez (1747)	
		0	0	0	0	19 agosto	----- ---	

	Periodistas de la calle	1	27	3	3	2 septiembre	Video del recuerdo en grupo (27)	 <p>Periodistas de las calles ha organizado un video en grupo. 2 sept. a las 12:29 p. m. • 🌐</p> <p>#DIVERTIDAS Te presentamos las series animadas de ayer y hoy 😊</p> <p>VER DE NUEVO</p> <p>VÍDEO EN GRUPO</p> <p>Vídeo en grupo de Periodistas de las calles 9 videos</p> <p>👍❤️ 27 3 comentarios • 3 veces compartido</p>
--	-------------------------	---	----	---	---	-----------------	----------------------------------	--

		4	10	0	1	1 octubre	<p>Policía desaloja venezolano s del parque de quito (4)</p>	<p> Periodistas de las calles ... 1 oct. a las 5:01 p. m. · 🌐</p> <p>#DESALOJO #VENEZOLANOS #GUAYAQUIL ¡De aquí nos sacan muertos! Dicen los ciudadanos venezolanos que son retirados por el Municipio de Guayaquil y #Pol... Ver más</p>  <p>  4 1 vez compartido · 137 reproducciones</p>
--	--	---	----	---	---	-----------	--	--

		8	121	23	21	3 octubre	<p>Noticia en directo desde el centro de cuenca (105)</p>	 <p>Periodistas de las calles ha organizado un vídeo en grupo. 3 oct. a las 11:43 a. m.</p> <p>VER DE NUEVO</p> <p>VÍDEO EN GRUPO</p> <p>Vídeo en grupo de Periodistas de las calles 9 vídeos</p> <p>105 23 comentarios • 8 veces compartido</p>
--	--	---	-----	----	----	-----------	---	---

		39	4433	533	2158	13 de octubre	Comunidad es indígenas celebran derogatoria decreto 883 (715)	 <p>Periodistas de las calles 13 oct. a las 10:05 p. m. · 🌐</p> <p>#URGENTE En este momento dirigentes de comunidades indígenas celebran la derogatoria del Decreto 883, por parte del Gobierno ecuatoriano.</p>  <p>👍❤️👏 715 72 comentarios · 553 veces compartido</p>
--	--	----	------	-----	------	---------------	---	---

		12	609	73	395	16	Se anuncia largo feriado en noviembre (242)	 <p>Periodistas de las calles 16 oct. a las 3:22 p. m. · 🌐</p> <p>#ATENCIÓN #FERIADO Luego del feriado de la Independencia de Guayaquil del 9 octubre y que se trasladó al viernes 11, el país se alista para un largo... Ver más</p> <p>ECUADOR VIVIRÁ UN LARGO FERIADO EN NOVIEMBRE DEL 2019</p> <p>EI VIERNES 1 SÁBADO 2 DOMINGO 3 LUNES 4 19</p> <p>VIERNES LUNES 4</p> <p>👍 242 37 comentarios · 74 veces compartido</p>
--	--	----	-----	----	-----	----	---	---

	Sr Guerman Piedra	1	97	17	98	19 de agosto	Sorteo entrada a un concierto (97)	 <p>Guerman Piedra 19 ago. a las 10:36 p. m. · 🌐</p> <p>PREMIOS y Mas PREMIOS / GANA 1 ENTRADA I ❤️ 80s&90s! Halloween 🎃 del 1de Noviembre en CC Mall Del Rio</p> <p>1) Dale me gusta y comparte este video en tu m... Ver más</p> <p>I ❤️ 80&90s PREVENTA LIMITADA</p> <p>\$35 NORMAL HASTA EL 1 DE SEPTIEMBRE \$25 PREVENTA</p> <p>HALLOWEEN SHOW PARTY</p> <p>1 NOV C.C. MALL DEL RIO 21H00</p>
--	-------------------------	---	----	----	----	-----------------	--	--

		2	468	23	81	2 septiemb re	Informació n acerca de Águilas (322)	 <p>Guerman Piedra 2 sept. a las 8:43 p. m. • 🌐</p> <p>Las águilas viven 70 años, pero a los 40 años tienen que tomar una difícil decisión, sus uñas se vuelven tan largas y flexibles que no puede sujetar a... Ver más</p>  <p>👍❤️👏 322 14 comentarios • 81 veces compartido</p>
		0	0	0	0	1 octubre	----- -----	
		0	0	0	0	3 octubre	----- -----	
		0	0	0	0	13 de octubre	----- -----	

		1	350	14	20	16 octubre	Foto Artística de un helado (350)	 <p>A screenshot of a Facebook post by Guerman Piedra, dated October 16 at 2:22 p.m. The post text reads: "Vamos por un helado? 🍦🎵📹 Viva Cuenca! @gabriel_art ph". The image shows a large, colorful ice cream cone sculpture in the foreground, with the blue domes of a church in Cuenca, Ecuador, in the background under a cloudy sky.</p>
--	--	---	-----	----	----	---------------	--	---

	Solo Mijines	1	107	8	10	19 de agosto	Meme sobre una chica (107)	 <p>Sólo mijines 19 ago. a las 6:50 p. m. • 🌐</p> <p>Like o te pega tu mosa</p> <p>19 min MODA EXPO ATUNTAQUI</p> <p>A screenshot of a social media post from the account 'Sólo mijines'. The post is dated '19 ago. a las 6:50 p. m.' and includes a globe icon. Below the header, it says 'Like o te pega tu mosa'. The main content is a video thumbnail showing a woman with long dark hair, wearing a white sleeveless dress, taking a selfie with a pink phone. In the background, there are clothing racks and a sign that says 'MODA EXPO ATUNTAQUI' with a '19 min' timer icon.</p>
--	--------------	---	-----	---	----	--------------	----------------------------	---

		1	12	0	4	2	Meme	
						septiemb	sobre un	
						re	gato (12)	

		1	57	2	43	1 octubre	Meme sobre el presidente Moreno (57)	 <p>Sólo mijines 1 oct. a las 8:31 p. m. • 🌐</p> <p>😂👍👎 57 2 comentarios • 43 veces compartido</p>
		6	320	16	283	3 octubre	Broma sobre el paro nacional (160)	 <p>Sólo mijines 3 oct. a las 6:15 p. m. • 🌐</p> <p>Vg de paro, ni tapar bien las calles pueden Ya llegue otra vez al chongo.</p> <p>😞😞</p> <p>😂👍👎 160 8 comentarios • 141 veces comparti</p>

		43	6684	604	34703	13 de octubre	Broma al Sr Jaime Nebot (1193)	
		5	234	3	228	16 de octubre	Memes (85)	
Twitter	Diario El Mercurio	42	70	2	184	19 de agosto	Fuerte granizada en el Cajas (8)	

		40	22	3	60	2 septiemb re	Colombia exporta arándano azul (2)	
		45	52	9	102	1 octubre	Quiñones primer medallista en 200 metros (11)	

		37	499	57	487	3 octubre	<p>Noticia</p> <p>sobre los saqueos en Guayaquil (48)</p>	
		73	1171	70	534	13 de octubre	<p>Se anuncia el fin del paro (83)</p>	

		30	76	6	104	16 octubre	Se tomará acciones legales contra Yaku Pérez (18)	
Periodistas de la calle	No hay publicaciones					19 de agosto		
	No hay publicaciones					2 de septiembre		
	No hay publicaciones					1 octubre		
	25 retwits sin publicaciones propias					3 octubre	varios	
	No hay publicaciones					13 de octubre		

		No hay publicaciones	16 octubre		
	Sr Guerman Piedra	No hay publicaciones	19 de agosto		
		No hay publicaciones	2 septiemb re		
		No hay publicaciones	1 octubre		
		No hay publicaciones	3 octubre		
		No hay publicaciones	13 de octubre		
		No hay publicaciones	16 octubre		
		Solo Mijines	No tiene cuenta de Twitter		

Anexo 3

Por número de noticias por día:

El Mercurio

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	140 noticias	91 noticias
Twitter	127 noticias	140 noticias

Periodistas de la calle

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	80 noticias	59 noticias
Twitter	5 noticias	0 noticias

Sr Guerman Piedra

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	30 noticias	1 noticias
Twitter	7 noticias	0 noticias

Solo Mijines

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	35 noticias	54 noticias
Twitter	0 noticias	0 noticias

Por reacciones por día:

El mercurio

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	340.560 reacciones	20.399 reacciones
Twitter	5630 reacciones	1746 reacciones

Periodistas de la calle

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	1320 reacciones	5163 reacciones

Twitter	76 reacciones	0 reacciones
----------------	---------------	--------------

Sr Guerman Piedra

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	15300 reacciones	350 reacciones
Twitter	150 reacciones	0 reacciones

Solo Mijines

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	6740 reacciones	7238 reacciones
Twitter	0 reacciones	0 reacciones

Por comentarios por día:

El mercurio

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	26450 comentarios	6081 comentarios
Twitter	460 comentarios	133 comentarios

Periodistas de la calle

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	90 comentarios	629 comentarios
Twitter	27 cometarios	0 comentarios

Sr Guerman Piedra

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	1530 comentarios	14 comentarios
Twitter	58 comentarios	0 comentarios

Solo Mijines

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	320 comentarios	623 comentarios
Twitter	0 reacciones	0 comentarios

Por compartidos o Re tweets por día

El mercurio

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	360.560 compartidos	5173 compartidos
Twitter	12860 compartidos	1125 compartidos

Periodistas de la calle

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	130 compartidos	2574 compartidos
Twitter	27 compartidos	0 compartidos

Sr Guerman Piedra

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	4200 compartidos	20 compartidos
Twitter	10 compartidos	0 compartidos

Solo Mijines

	Antes del paro en 40 días	Durante 3 días del paro nacional
Facebook	2240 compartidos	35214 compartidos
Twitter	0 compartidos	0 compartidos

Total, en 43 días de seguimiento