

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

Tesis previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación  
Social

**TEMA:**

**ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE EL EJERCICIO  
PROFESIONAL DEL PERIODISMO TRADICIONAL Y DEL  
PERIODISMO DIGITAL EN LA SUBLEVACIÓN POLICIAL  
DEL 30 DE SEPTIEMBRE**

**AUTOR:**

**MAURICIO FERNANDO DOMÍNGUEZ SALVADOR**

**DIRECTOR:**

**LIC. PATRICIO BENAVIDES**

**Quito, Enero del 2011**

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
---------------------	----------

### **CAPÍTULO I**

#### **EL PERIODISMO TRADICIONAL EN EL 30 DE SEPTIEMBRE**

1.1 Generalidades de El Comercio	4
1.2 El funcionalismo y su vigencia en los contenidos de El Comercio	11
1.2.1 ¿Qué es el funcionalismo?	11
1.2.2 El Funcionalismo presente en el 30 de septiembre	14
1.3 La aguja hipodérmica ¿técnica aplicada para construir el discurso en torno a la sublevación policial?	22
1.3.1 Definiciones de la aguja hipodérmica	22
1.3.2 El Comercio y su forma de influenciar en sus lectores	24

### **CAPÍTULO II**

#### **EL PERIODISMO DIGITAL Y SU INCURSIÓN EN LA SUBLEVACIÓN POLICIAL**

2.1 Las plataformas digitales en el horizonte del 30 de septiembre	27
2.2 Acercamiento empírico a <a href="http://www.b10.com.ec">www.b10.com.ec</a>	30
2.3 Las redes sociales y la generación de contenidos en el 30 de septiembre	33
2.3.1 Las redes sociales y el periodismo	33
2.3.2 El 30 de septiembre en Twitter y Facebook	39
2.3.3 Diferencia entre espectador y público actor	43
2.4 Similitudes y diferencias entre el periodismo tradicional y periodismo digital	44
2.4.1 Ecos del 30 de septiembre	44

### **CAPÍTULO III**

## **PERSPECTIVAS DEL PERIODISMO DIGITAL**

3.1 Conectividad: revolución silenciosa en Ecuador	53
3.1.1 Ranking de provincias web en el Ecuador	57
3.2 El periodismo digital ante el crecimiento de internautas	62
3.2.1 Breves redefiniciones del periodismo digital	62
3.2.2 Potencialidades del periodismo digital	65
3.3 Los riesgos del periodismo digital	67

<b><u>CONCLUSIONES</u></b>	<b>72</b>
----------------------------	-----------

## INTRODUCCIÓN

Desde que el presidente Rafael Correa asumió el poder, la descalificación de los medios de comunicación ha sido constante. Estos han visto en el presidente del Ecuador a un contraventor que no solo se limitó a poner en evidencia los errores de concepto que tienen a la hora de generar contenidos, sino que puso de manifiesto que la prensa es un poder fáctico.

Los medios de comunicación han respondido con vehemencia, pero de manera ingenua. Ellos parecen haber firmado una suerte de convenio en la que toda la prensa trata de contestar al presidente tachándole de dictador, malcriado e irrespetuoso. En ese cruce de acusaciones se han olvidado de hacer su tarea fundamental: periodismo.

En todos los años que me mantuve en la Universidad estudiando Comunicación y en los años que he actuado como periodista en diferentes medios nacionales del país, he podido llegar a la conclusión de que el periodismo es una función social que trata de recopilar, procesar y difundir información por cualquier medio. Dicha información debe tener un grado de interés social. Además, debe tener elementos que permitan a las audiencias debatir al respecto y generar una respuesta para lograr verdaderos diálogos sociales que contribuyan a la construcción de una realidad amigable. Incluso, hay personas que resumen estas características del periodismo en el deber ser de los medios: informar, educar y entretener.

No obstante de la definición que hemos esbozado del deber ser del periodismo, la confrontación entre medios y el presidente ha minado la función real del periodista. Los periódicos, en esencia, se han limitado a ser alta voces de políticos que se muestran en clara oposición con el régimen de Rafael Correa. También, los medios impresos han utilizado sus páginas para defender su poderío y más allá de eso, el negocio que significaba hasta el momento ser reconocidos como medios autorizados para difundir información.

En medio de toda esta disputa, el lector (es decir la sociedad en sí) es el que ha resultado más perjudicado. Básicamente se ha visto avocado a tomar posición por una u otra tesis sin tener información necesaria para poder bosquejar su razonamiento.

La situación descrita parece dar razón al pensamiento de Ignacio Ramonet, quien recientemente visitó la capital de los ecuatorianos para dictar una conferencia sobre los medios de comunicación. En su exposición, Ramonet dijo que es importante precisar que los medios no son de comunicación sino de información, y que más allá de considerarlos como medios se han constituido en un contra poder donde se tiene como premisa la idea de buscar la rentabilidad del negocio de la información.

Para sustentar ese pensamiento, Ramonet parte de la idea de que la información es poder y por ello en sí mismo, los medios se han reconocido como un poder fuerte que busca precautelar sus intereses sin pensar en lo más mínimo en el bien social.

Ante estas situaciones, el panorama parece bastante gris para el Ecuador. Una especie de oscurantismo parecería que se apodera de nosotros y no habría otra opción que buscar alinearse con uno de los poderes mencionados: el de la prensa, o el del gobierno.

Dejando de lado el pesimismo, considero que hay una alternativa importante sobre todo para quienes somos comunicadores y creemos otro camino posible. El internet se ha convertido en una verdadera revolución en este siglo casi comparada a la revolución que significó el invento de la imprenta.

Pero el internet en sí no significa una revolución como tal, sino las aplicaciones que se han desarrollado en los últimos años y que han derivado en el concepto denominado web2.0: más que

una plataforma es una actitud. No se refiere a una tecnología en particular sino a aplicaciones a partir de las cuales se pueden generar contenidos desde la perspectiva del usuario.

Es decir, los usuarios o audiencias generan contenidos y aportan en la elaboración de las informaciones periodísticas. Incluso, hay quienes hablan del periodismo ciudadano en donde no son necesarios los medios de comunicación ya que las redes sociales son los instrumentos ideales para compartir información en tiempo real y sin necesidad de ningún intermediario.

Precisamente eso fue lo que ocurrió en el 30 de septiembre del 2010 cuando se produjo una revuelta policial en la que estuvo en peligro la democracia del país. Por la gravedad de los hechos, el gobierno impuso una cadena ininterrumpida lo cual mostró solo una visión de los hechos. Por ello, los ciudadanos se tomaron el internet para recibir y generar información de todo lo que ocurría ahí.

Esto, sin duda, marca un antes y un después en el periodismo ecuatoriano. Algo que los medios tradicionales no han sabido dimensionar ya que más bien siguen aferrándose a esa condición de poder de la cual han disfrutado durante varios años, poder que les ha hecho creer, erróneamente, que tienen la verdad entre sus manos, o más bien dicho entre sus páginas.

Por eso creemos conveniente analizar las potencialidades que tiene el periodismo digital en el Ecuador tomando como muestra los hechos acontecidos en la sublevación policial del 30 de septiembre cuando la ciudadanía se convirtió en un verdadero actor de la comunicación. Con ello veremos que los medios tradicionales están perdiendo audiencias por no saber comprender ese salto cualitativo que representa las plataformas digitales en el periodismo.

## CAPÍTULO I

### 1. EL PERIODISMO TRADICIONAL EN EL 30 DE SEPTIEMBRE

#### 1.1 Generalidades de El Comercio

El Comercio se define como un grupo empresarial multimedia. Fundado en 1906 por los hermanos César y Carlos Mantilla Jácome, el rotativo capitalino tiene una trayectoria de 104 años, período en el cual, El Grupo El Comercio ha tenido una evolución muy notoria:

EL COMERCIO	
FECHA	HISTORIA
1906	Aparece diario El Comercio con una edición de 500 ejemplares
1910	Se realiza la primera edición extraordinaria de 8 páginas. Hasta la fecha sólo eran cuatro
1924	Inauguración del edificio en las calles Chile y Pichincha.
1931	Bodas de Plata del diario que se conmemoran con una edición especial de 56 páginas, un récord de impresión.
1936	Es encarcelado por primera vez Jorge Mantilla Ortega. Edición especial con páginas dedicadas a las Provincias.
1937	Se instala la rotativa “Unitubular”, la velocidad 30mil ejemplares/hora.

1938	Se funda el vespertino Últimas Noticias, el día 8 de junio
1940	El 18 de Agosto se inaugura Radio Quito.
1944	La Universidad de Columbia, entrega a El Comercio, el Premio María Moors Cabot.
1949	Incendio de El Comercio, luego de la transmisión de la novela “La Guerra de los Mundos” por Radio Quito.
1952	Se constituye la Compañía Anónima El Comercio
1953	Velasco Ibarra clausura El Comercio, Últimas Noticias y Radio Quito.
1955	Bodas de Oro. Se inaugura el edificio de la calle Chile y se elabora una edición especial de 165 páginas distribuidas en 7 secciones.
1960	Instalación de la “Goss Universal”, velocidad 40mil ejemplares por hora.  Inicio de la Carrera Quito-Últimas Noticias.
1970	Primera publicación de la revista Carburando.
1974	Traslado al actual edificio en San Bartolo.
1980	El Comercio cambia al sistema total de composición al frío.
1981	El Comercio cumple 75 años de fundación. Visita del Secretario General de la OEA.
1985	Primera publicación de la revista Familia.
1992	Se conforma el Grupo de Diarios América, GDA, El Comercio es el único medio ecuatoriano que lo integra.



<b>EL COMERCIO</b>	
<b>FECHA</b>	<b>HISTORIA</b>
1994	Nuevo diseño del diario. Cambio tanto en contenido como en diseño gráfico. Se crean nuevas secciones.
1996	Se inaugura Radio Platinum, propiedad de C.A. El Comercio.  El Comercio presenta su edición electrónica.
1997	Inicio del semanario económico Líderes.
1998	SIP entrega el premio a la excelencia periodística a El Comercio.
1999	La Sociedad de Diseñadores de Estados Unidos entrega el Premio a la excelencia como mejor diseño al semanario Líderes.
2000	El Comercio forma parte del Newspaper Color Quality Club.
2002	Nuevo diseño del periódico.
2004	Circulan las nuevas secciones de El Comercio: Siete Días, Lunes Deportivo, Construir (nuevo formato).  Una serie de reportajes sobre la corrupción de la Fundación Judicial en nuestro país, obtuvo el primer premio del concurso internacional organizado por Transparencia Internacional.
2005	Líderes y Price Waterhouse Coopers AG premia a las 100 empresas más respetadas del Ecuador.  Los lectores de El Comercio pueden adquirir el periódico en Internet con un 37% de descuento.  11 de Marzo. El Comercio recibió una mención de honor en la Competencia Creativa de los Mejores Diseños 2004, organizada anualmente por la Sociedad Mundial de Diseñadores de Periódicos.

	Este diario obtuvo el Premio a la Excelencia en la categoría 20B.
2006	El Comercio celebra sus primeros 100 años. Edición Especial 100 años. El Comercio de 100 páginas. Además, presenta la innovación de su diseño: tres cuadernos con un mejor ordenamiento y crucial manejo de imágenes.  Siete Días y Construir adquieren formato de revistas con mayor contenido y renovado diseño.

FUENTE: EL COMERCIO RENACEMOS A DIARIO, 2007.

Según describen en un manual interno, El Comercio se define como un grupo que trabaja bajo los siguientes principios:

HONESTIDAD, siempre la verdad con orgullo en los momentos de calma y con valentía en los momentos difíciles. LEALTAD, confiar y ser confiables. Tus VALORES. COMPROMISO, con uno mismo, con los demás, con el país. RESPETO por uno mismo y por los demás. SERVICIOS todo para dar. RESPETO es la condición que más amigos te permite ganar. LEALTAD codo a codo con los demás. HONESTIDAD, el valor de la palabra es tu capital.

COMPROMISO, eleva tu historia personal. La mejor recompensa al SERVICIO es haberlo hecho. El servicio dignifica. La honestidad habla de ti. El Compromiso asegura. La lealtad garantiza. El respeto une. La lealtad nos hace más. Servir es la mejor manera de servirse (...)<sup>1</sup>

Más allá de la evolución y de considerarse como un grupo multimedia, El Comercio ha experimentado en los últimos dos años una caída importante en cuanto a lectores se refiere. Todo esto, y como lo demostraremos más adelante, parece estar relacionado con las plataformas digitales que ahora dan nuevas perspectivas en lo que se refiere al quehacer periodístico. Eso, a pesar de que El Comercio se declara como un grupo multimedia.

<sup>1</sup> El Comercio Renacemos a Diario pág.1

Para corroborar lo dicho tomamos el estudio realizado por la firma de Santiago Pérez realizada en el 2009 y publicada el 7 de diciembre de ese año.

“\* Por lo general, ¿cómo se entera usted de las noticias? Televisión: 69% ; radio: 14%; periódicos: 12%

\* ¿Qué periódico lee con más frecuencia? Extra 22%; El Universo 17% (31% en la Costa); El Comercio 16% (28% en la Sierra); Ninguno 12%; La Hora, Súper 6%; Diario Manabita 4%; El Mercurio de Cuenca 3%; El Telégrafo, Expreso 2%; Hoy, Últimas Noticias 1%.

\* ¿En qué momento escucha la radio? Durante el desayuno/almuerzo 21%; en los recorridos del bus 15%; todo el día 11%; al menos una vez a la semana 10%; los fines de semana 10%; en el trabajo 9%...

\* ¿Cree usted que es nada necesario, poco necesario, algo necesario o muy necesario que se evalúen los mensajes que difunden los medios de comunicación ecuatorianos? Muy necesario 38%; algo necesario 31%; poco necesario 15%; nada necesario 7%

\* ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con que se responsabilice a los medios de comunicación por la publicidad que difunden? De acuerdo 57% (62% en zona urbana de la Costa); en desacuerdo 17%; depende 16%.”<sup>2</sup>

También citamos el informe de la empresa Kantar Media Reserch, que indica que diario “El Comercio, de octubre de 2007 a septiembre de 2008, fue leído por 230.506 personas, mientras que de marzo de 2009 a febrero de 2010 el periódico redujo sus lectores a 146.475, esto es 84.475 lectores menos en casi 2 años”<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Encuesta realizada por la firma Santiago Pérez en el 2009 y publicada el 7 de diciembre de ese año

<sup>3</sup> Encuesta de Kantar Media Reserch publicada en marzo del 2010

Por último se toma en cuenta una encuesta realizada por Credit Management Solutions, los días 13 y 14 de marzo del 2010, a un universo de 3.578 personas, en el cual se indica que diario El Comercio es considerado el periódico de mayor credibilidad apenas por el 3.8% de los encuestados.

El primer ítem a tomar en cuenta es que los medios tradicionales escritos tienen una batalla aún perdida frente a los medios audiovisuales. Después evidenciamos el claro descenso de lectores que han sufrido en los últimos años debido a que no han logrado sintonizar las reales necesidades de información de la gente. Finalmente hay una lectura que debería preocupar a los medios de comunicación: el 38% de los ecuatorianos dice que es muy necesario evaluar el mensaje que difunden los medios. Eso desprende una lectura crítica donde la influencia que tenían los medios está puesta en entredicho.

A eso hay que sumarle la confrontación, sin tregua, que hay entre Rafael Correa y los medios tradicionales que ha derivado en un alejamiento de los lectores por considerar que es una lucha “personal”.

Del párrafo anterior podemos entender un alejamiento más acelerado desde los lectores hacia El Comercio. Después del 30 de septiembre, la tesis de que el presidente estuvo secuestrado fue la que se manejó desde el gobierno, mientras que El Comercio (al igual que los otros medios tradicionales) destacó que nunca estuvo secuestrado.

La lucha, más que un carácter informativo tuvo un tinte propagandístico por parte de estos dos actores sociales (El Comercio y Gobierno). Rafael Correa incrementó sus spots en los medios televisivos con la intención de sustentar su verdad y desacreditar a la prensa tradicional. Según el estudio presentado por Participación Ciudadana en torno al monitoreo de medios, el gobierno incrementó hasta en cuatro veces el pautaaje en medios televisivos. Esto se puede apreciar de manera más concreta en el cuadro comparativo que realizó Participación Ciudadana entre los meses de septiembre y octubre del presente año:

<b>Mes</b>	<b>Gasto</b>	<b>No. de spots</b>
Septiembre	411.285	290
Octubre	2109979	1000

En la explicación del cuadro, Participación Ciudadana sostuvo que el incremento se dio precisamente porque el gobierno trató, en sus spots, de explicar al pueblo ecuatoriano que sí estuvo secuestrado en la jornada desarrollada el 30 de septiembre en el Regimiento Quito de la Policía del Ecuador.

¿Pero cómo podemos reflejar que la versión del gobierno fue la que tuvo mayor aceptación entre los ecuatorianos en desmedro de los medios periodísticos tradicionales, en especial El Comercio? Para ello recurrimos a la encuesta realizada por la empresa Perfiles de Opinión el 24 de octubre de este año.

Dicha firma consultó a los ecuatorianos sobre la decisión de imponer la cadena única durante el 30 de septiembre. En las respuestas obtenidas se obtienen los siguientes resultados: “el 62% de

los ecuatorianos se mostró de acuerdo con la cadena, mientras que el 51,2% estima que la información que recibió la población durante la jornada del 30S fue suficiente y el 55% dice que fue confiable”<sup>4</sup>.

Estos estudios dejan entrever que la credibilidad y aceptación de El Comercio decreció aún más tras la sublevación policial del 30 de septiembre, aunque eso lo vamos a probar más adelante. Hasta aquí un breve repaso de la historia y actualidad del medio capitalino que tiene un centenar de vida.

## **1.2 EL FUNCIONALISMO Y SU VIGENCIA EN LOS CONTENIDOS DE EL COMERCIO**

### **1.2.1 ¿QUÉ ES EL FUNCIONALISMO?**

Un hecho fundamental hay que apreciar en la formulación de la teoría funcionalista. La escuela de Chicago (Estados Unidos) centra todos sus esfuerzos en el proyecto de la construcción de una ciencia social sobre bases empíricas. Corría el año 1910 cuando este proyecto se puso en marcha con la intención de dar explicaciones científicas a los procesos de comunicación que por entonces se suscitaban en el mundo.

Robert Ezra Park es uno de los teóricos que empieza a poner las bases para la elaboración de la conceptualización del funcionalismo. Park es un reportero de gran experiencia que se incorpora a

---

<sup>4</sup> Encuesta realizada por la empresa Perfiles de Opinión en el 24 de octubre del 2010.

la Universidad en 1913. Su aporte tiene que ver con su visión de la sociedad y su “forma superior” de hacer reportajes. Aquella manera de concebir el periodismo no era otra cosa que sustentar sus crónicas a través de encuestas sociológicas que realizaba en los suburbios de Chicago.

Esta práctica la acoge luego de seguir muy de cerca los estudios realizados por Georg Simmel quien “reflexiona sobre la ciudad como estado de ánimo y que ve la base psicológica de la personalidad urbana en la intensificación del estímulo nervioso, la movilidad y la locomoción”<sup>5</sup>.

Estas nociones tienen una evolución en 1921 que deja más claro los conceptos del funcionalismo. En dicho año, Park se une a E. W. Burgess con quien acuerdan dar un nombre a la forma en la que conciben las interacciones sociales: ecología humana. Dicha descripción viene precedida de los estudios realizados por Ernest Haeckel, biólogo alemán, que define a la ecología como la ciencia de las relaciones del organismo con el entorno, que abarca en sentido amplio todas las condiciones de existencia.

En un esquema más completo, y partiendo de la definición esbozada en el párrafo anterior, el funcionalismo supone que la sociedad “se organiza como un sistema social donde se necesitan resolver cuatro imperativos fundamentales para la subsistencia: la adaptación al ambiente la conservación del modelo y control de tensiones, la persecución de la finalidad y la integración mediante las diferentes clases sociales”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> MATTELART, Armand, Historia de las Teorías de la Comunicación, Editorial Paidós, Barcelona , 1997, Pág 24.

<sup>6</sup> <http://definicion.de/funcionalismo/>, acceso 6 de diciembre 2010

Desde la perspectiva anterior, la comunicación masiva es entendida desde el funcionalismo como un fenómeno normativo y repetitivo que lleva a cabo funciones básicas: supervisión del entorno, correlación de las partes de la sociedad con las respuestas del entorno, transmisión cultural intergeneracional y entretenimiento.

En esencia, cuando se habla de aspectos en los que se trata de tener una apreciación clara de los quehaceres de un grupo objetivo, es menester usar el funcionalismo. Esta corriente remite su preocupación central en analizar las funciones que desempeñan los medios de difusión en un sistema social. Siempre se partirá de asuntos estandarizados, socialmente institucionalizados y que, por ende, se repiten y son normativos de las conductas.

Paul Lazarsfeld fue un sicólogo austriaco que se encargó de validar aquello de que en toda sociedad hay asuntos estandarizados y que son normativos de las conductas. Para ello, en 1938, estuvo a cargo del Princeton Radio Project que tenía por objeto determinar aspectos cuantitativos de las audiencias. Su trabajo consistió en elaborar una máquina que la bautizó como analizador de programas. Su funcionamiento era básico: tenía dos botones (rojo y verde) que el oyente debía pulsar según su criterio. El rojo expresaba descontento con el mensaje y el verde satisfacción.

Con este experimento, Lazarsfeld detectó que, en efecto, existen asuntos estandarizados socialmente institucionalizados que permiten normar la conducta de los individuos a través de mensajes repetitivos y normativos.



Para ser más concreto se tomará en cuenta la recomendación de Charles R. Wright, quien deja planteadas las siguientes preguntas cuando se hace una investigación utilizando el funcionalismo:

“¿Cuáles son las funciones y las disfunciones manifiestas y latentes de la comunicación de masas-vigilancia (noticias), correlación (actividad editorial), transmisión cultural y entretenimiento de la sociedad, los subgrupos o el individuo- para los sistemas culturales?.”<sup>7</sup>

Luego de este repaso histórico y teórico por el funcionalismo, se tiene claro la pertinencia de abordar esta investigación desde su apostolado.

### **1.2.2 EL FUNCIONALISMO PRESENTE EN EL 30 DE SEPTIEMBRE**

Para este estudio se seleccionaron las notas del gran reportaje de El Comercio “**Cómo empezó y acabó la pesadilla de Correa**”, publicado el 3 de octubre de 2010 en las páginas 2, 3, 4 y 5 del primer cuadernillo. El trabajo del medio capitalino gira en torno a los sucesos del 30 de septiembre cuando la policía nacional se sublevó.

---

<sup>7</sup> TORRICO, Erick, La Tesis en Comunicación, La Paz, Bolivia, 1997, Pág 36

Desde la perspectiva de quien suscribe este documento, el rotativo quiteño evidenció más que nunca su apego a la teoría funcionalista a la hora de elaborar los contenidos, tal y como se puede apreciar en el desarrollo del apartado teórico en el capítulo que precede a este.

Una vez aclarada la teoría que vamos a utilizar en el análisis, es prudente establecer los criterios que se usaron en la redacción de El Comercio para la cobertura de la sublevación policial del 30 de septiembre.

Tras las pertinentes entrevistas con los periodistas de dicho rotativo, se conocieron los siguientes detalles: 3 periodistas fueron asignados a la cobertura del Regimiento Quito (uno de la sección política, uno de la sección judicial y otro de la versión digital), una periodista estuvo en la Asamblea (política) y 3 fotógrafos llegaron al cuartel de los sublevados.

Las asignaciones de actividades se las hizo en el transcurso del día puesto que no tenían previsto ninguna cosa anormal en el Regimiento Quito. Ese día, la sección política pretendía abrir con una nota de la Corte Constitucional en la que se hacía el análisis del panorama que se podía presentar en caso de que el presidente Rafael Correa decida declarar la muerte cruzada. Ese rumor se había filtrado en el medio periodístico en la noche del miércoles 29 de septiembre. De hecho, el periodista encargado de dicho reportaje estuvo en la Corte Constitucional hasta las 11:00 del jueves 30 de septiembre, hora en la que tuvo una entrevista con el presidente del máximo organismo constitucional del Ecuador.

La periodista asignada para la Asamblea tenía como misión encargarse de todos los detalles que se derivan del debate sobre la nueva Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa. Precisamente esta Ley fue la que fomentó la sublevación policial.

A pesar de que los hechos suscitados en el Regimiento Quito cobraban mayor notoriedad, el periodista que estaba en la Corte Constitucional no recibía la orden de abandonar dicho tema para encargarse de la revuelta. Incluso, al promediar el medio día, el reportero recibió una llamada del editor de la sección política del diario. En dicha comunicación le indicó que las cosas estaban calmadas y que habrían llegado a un acuerdo. Por lo tanto, no era necesario “sacrificar” el tema previsto para abrir. Todo esto, a pesar de que la reportera de la Asamblea presenciaba la gravedad de los hechos.

Al medio día, la situación cambió porque las Fuerzas Armadas llamaron a una rueda de prensa para mostrar su preocupación en torno a la situación. Desde la dirección del periódico se encargó a una periodista adicional que siga de cerca los acontecimientos que se daban en el Ministerio de Defensa. Se preveía una situación más anormal y finalmente se dio la orden de abandonar el tema de la Corte Constitucional para ir al Regimiento Quito.

Una vez llegado al Regimiento, el periodista constató la gravedad de los casos. De manera inmediata comunicó al editor de política el panorama que se vivía ahí para “reservar” un espacio importante en la edición del día siguiente. La respuesta fue ambigua y se limitó a decir que “estamos en contacto” para tomar las decisiones pertinentes.

Conforme avanzaba la tarde, las cosas no parecían tener progreso alguno. Enseguida, a las 13:15 se ordenó una cadena ininterrumpida de televisión por parte del gobierno. La tesis del secuestro empezó a circular y eso, al parecer, molestó a todos los medios tradicionales.

A las 16:00, el General Euclides Mantilla llegó al regimiento Quito y trató de mediar entre sus compañeros policías para evitar que las cosas lleguen a mayores, sin éxito. El discurso fue transmitido por radio y televisión y fue mirado por los editores de El Comercio. Al escuchar aquello se ordenó lo siguiente: el periodista que estuvo en las inmediaciones del Regimiento Quito tenía alrededor de 30 centímetros de espacio (nota pequeña) para relatar todo lo que pasó en los alrededores del cuartel policial. La razón de esa determinación tenía su base en que había que demostrar lo contrario a la versión oficial: no hubo sublevación y tampoco secuestro. Incluso, un vehículo del periódico ya estaba en los alrededores del Regimiento para trasladar a los periodistas hasta la redacción.

No obstante, la posición de las Fuerzas Armadas hizo variar la disposición dada. En rueda de prensa se alertó sobre la operación que preparaba el grupo especial GEO para rescatar al presidente. A la par, varios uniformados empezaron a causar disturbios lo cual fue comunicado oportunamente a los editores para que tengan pendiente aquello. Aún así, la nota corta ya fue enviada para la primera edición del periódico (la impresión de los periódicos que llega a todo el país).

Finalmente, el periodista recibió la orden de quedarse para presenciar todos los hechos que se iban a dar en la noche, al igual que el reportero de la sección judicial que tenía la misión de entrar al hospital de la Policía para constatar si hubo secuestro o no. Entre tanto, la periodista que estaba en el Ministerio de Defensa fue movilizad a la presidencia y la de la Asamblea se retiró a su hogar.

Tras la balacera de la noche, y la operación militar que derivó en el rescate al presidente, la redacción de El Comercio se reunió con todos los periodistas que estuvieron en el lugar de los

acontecimientos. La intención era armar un gran reportaje donde se recopilen los datos inéditos que pudieran brotar en torno al tema.

No obstante, se dejaron de lado los criterios de varios de los reporteros, y las notas fueron producidas, en su mayoría, por el editor de investigación, el editor de la sección judicial y algunos reporteros más que colaboraron. La mayoría no estuvo en el lugar de los hechos y escribieron en base a entrevistas que consiguieron con sus fuentes oficiales.

El periodista que estuvo en los alrededores del Regimiento Quito se limitó a contar detalles que vio a los encargados de escribir para el domingo. Entre ellos mencionó que personajes vinculados a Sociedad Patriótica estuvieron alrededor de las protestas. Concretamente identificó a Fidel Araujo y comentó que fue filmado por algunos canales de televisión dando declaraciones a favor de la revuelta policial. Este aporte no fue acogido por los responsables de la edición dominical aduciendo que esa es la versión oficial.

¿Y qué era lo que pretendían probar en el gran reportaje de El Comercio? Al juzgar por lo publicado el domingo 3 de octubre del 2010 (foto abajo), la idea era demostrar que Rafael Correa no estuvo secuestrado y simplemente se victimizó.



En la foto mostrada arriba constatamos que desde el titular se pretendió particularizar el tema en la figura del presidente y no de la institución que representa, es decir el Estado.

Con esto podemos comprobar que el funcionalismo está presente a toda hora en la redacción del contenido de El Comercio, sobre todo en relación a la información publicada a raíz del 30 de septiembre. Principalmente, “el quién dice qué y con qué efecto” toma especial relevancia. En la redacción del medio capitalino se clasifica de manera discriminatoria a las fuentes en función del mensaje que quieren transmitir. Incluso, descalificaron a su mismo reportero al dejar de lado la información que les dio sobre Fidel Araujo, ya que no tenía cabida en la tesis que manejaban. Posteriormente, el mismo diario da espacios amplios a Fidel Araujo cuando fue apresado por ser uno de los presuntos culpables de la sublevación.

Es decir, para lograr que la tesis planteada desde la redacción tuviera bases, los encargados de la publicación dominical buscaron a fuentes que sintonicen con su versión y dejando el criterio del presidente en pocas líneas (mirar foto el recuadro encerrado en rojo).



Los primeros reclamos. Una mujer se acercó al Presidente para pedir una mejor atención a los policías.



En el Regimiento 1. Personal de la escolta conduce al Presidente entre una nube de gas lacrimógeno.

# El rescate del Presidente tuvo en vilo a 72 pacientes del Hospital de la Policía

**EMERGENCIA**  
Los policías y médicos que estaban en el hospital dijeron que el Presidente no estuvo secuestrado, pero fuera del centro la situación era peligrosa.

**E**n el área de Emergencias del Hospital de la Policía aún no se habían reportado novedades. Los médicos y enfermeros estaban pendientes de lo que ocurría con el presidente Rafael Correa, quien minutos antes había llegado a un grupo de policías subidos a un helicóptero que llevaba a la Policía. El presidente había llegado a la Policía en un helicóptero que estaba en la zona de Emergencias, quienes minutos antes había llegado a un grupo de policías subidos a un helicóptero que llevaba a la Policía. El presidente había llegado a la Policía en un helicóptero que estaba en la zona de Emergencias, quienes minutos antes había llegado a un grupo de policías subidos a un helicóptero que llevaba a la Policía.

El alboroto en el patio y en la entrada principal alerted a médicos y enfermeras de Emergencias. Eran las 10:30 y el presidente Correa llegaba con el rostro desenfocado a punto de desfallecer. Por la inhalación del abundantísimo gas lacrimógeno, presentaba síntomas de asfixia, insuficiencia respiratoria, criterio facial. Emergencia y durante alrededor de 45 minutos recibió los primeros auxilios. El grupo médico encabezado por Fernando Eraso, jefe de Control, le administró al presidente oxígeno por máscara nasal, ventilación e hidratación mediante suero oral. Una enfermera, que prefirió no dar su nombre, se apresuró a proteger su identidad por temor a represalias, recordó que el Mandatario casi no articulaba palabras. Luego le colocaron hielo en la nuca y lo llevaron a una habitación para que se recuperara. Los médicos recomendaron que en caso necesario para estabilizarlo y controlar la reacción química de su rodilla derecha. Esos minutos se agudizó y en ese momento se hizo un intento de traslado a los quirófanos, pero este intento fracasó.

Con el paso de las horas la tensión fue aumentando, sobre todo en la avenida Mariana de Jesús, a donde seguían llegando decenas de militares de Alamosa. Los policías empezaron a disparar bombas lacrimógenas para dispersar a los manifestantes. Para precautelar su integridad, Rafael Correa fue trasladado a la habitación 302. Hasta el hospital también llegó el médico Pablo Ramos, especialista en traumatología, quien se encontraba de vacaciones en ese momento. Él fue quien se acercó a Correa y le dio los primeros auxilios.

En el momento en que el presidente fue trasladado al Hospital de la Policía, se le aplicó un medicamento que era un analgésico, un antinflamatorio, que guardaba sus asistentes médicos. Hasta su habitación también llegaron, entre empujones y agresiones de algunos uniformados al ingreso del centro, el camarilla del presidente y el asistente César Rodríguez. Eran las 15:45. Adicionalmente, a su habitación llegaron en tres ocasiones comandos de policías, encabezados por el entonces inspector Eulides Mantilla, junto con delegados de la tropa. Los uniformados se comprometieron a retirar la ley del servicio público, sobre todo a no aplicarles sanciones por conductas y a que se revisara la homologación salarial, pero ellos no recibieron el pago de horas extras aunque laboraran en turnos extenuantes, durante los días de semana y feriados. Poco a poco el Presidente se retiró de la tropa, el general Mantilla salió en varias ocasiones a las afueras del hospital para calmar a sus subalternos. No nos dejemos manipular por algunos policiaeros, estamos buscando una salida, dijo Mantilla, en medio de gritos de los policías que pedían la salida de la ciudad. "Chupitos, sustancia que no tiene efecto, sustancia que no conoce. Quite el chocolate, después de salir al

paraguas". Después de eso, volvió al Hospital de la Policía, que era un momento y que los generales los habían desfilado. Después, este Día no concurrió con sus superiores de la tropa, quienes colaboraban en que la cúpula policial y, en especial, el entonces comandante Freddy Martínez, no tenía liderazgo y mucha culpa de perder sus derechos. "Que el gobierno no tenga los salarios de los oficiales superiores a Loja, 14 horas por tierra, para ver a mi familia. El sistema de pases es terrible", contó una policía, quien consultó a distancia que quería un sueldo, porque no permitían salir por los servicios públicos. Otro oficial confirmó el distanciamiento entre la cúpula, los comandos de media y lateral. Incluso comentó que el general Martínez había sido informado por el jefe de la tropa. Por eso, agregó, no está en la tropa. Por eso, agregó, no está en la tropa. Por eso, agregó, no está en la tropa.

El día 30 de septiembre, unas 300 personas se presentaron en el Hospital de la Policía para pedir una mejor atención a los policías. En ese momento se hizo un intento de traslado a los quirófanos, pero este intento fracasó.

A pesar de que usan el cabezote de "Crisis Democrática", en el contenido de la primera página que hace alusión al 30 de septiembre tiene la cápsula (información destacada luego del titular y encerrada en círculo rojo) con las versiones de varios testigos que afirman que el presidente no estuvo secuestrado.

Uno de ellos era un médico del hospital quien después desmintió aquella presunción ya que manifestó que se encontraba de vacaciones y que solo acudió al lugar de los eventos a retirar su vehículo.

Luego de toda esta observación de campo en torno al trabajo desplegado por la redacción de El Comercio es pertinente volver a traer a colación un concepto teórico sobre el funcionalismo expuesto en el capítulo pertinente. Para ser más concreto se tomará en cuenta la recomendación de Charles R. Wright, quien deja planteadas las siguientes preguntas cuando se aplica el funcionalismo:

“¿Cuáles son las funciones y las disfunciones manifiestas y latentes de la comunicación de masas-vigilancia (noticias), correlación (actividad editorial), transmisión cultural y entretenimiento de la sociedad, los subgrupos o el individuo- para los sistemas culturales?”<sup>8</sup>

Como vemos, El Comercio actúa en este caso en función de la vigilancia. Trata de imponer un criterio a partir de una tesis que confronte la versión oficial emitida por el gobierno. Más adelante veremos la correlación que hace entre su enfoque y la actividad cultural y la forma en que transmiten el mensaje para que sea aceptado socialmente su verdad.

Además, si partimos del concepto de que el funcionalismo supone que la sociedad “se organiza como un sistema social donde se necesitan resolver cuatro imperativos fundamentales para la subsistencia: la adaptación al ambiente la conservación del modelo y control de tensiones, la persecución de la finalidad y la integración mediante las diferentes clases sociales”<sup>9</sup>, el medio quiteño encaja en todo esto. La conservación del modelo es lo que más le preocupa y trata de no dar espacio a un líder, en este caso Correa, que pone en entredicho el poder que hasta el momento han conservado los medios. Además actúa como un juez al dictaminar desde un inicio una falsa presunción de secuestro. El medio trabaja con fuentes que sustenten sus tesis y descarta a voces que emitan criterios diferentes. Es decir, El Comercio cumple con la premisa de controlar las tensiones para que no se altere el status quo establecido.

---

<sup>8</sup> TORRICO, Erick, La Tesis en Comunicación, La Paz, Bolivia, 1997, Pág 36

<sup>9</sup> <http://definicion.de/funcionalismo/>, acceso 29 de noviembre del 2010



Finalmente el periódico centenario hace énfasis en la supervisión del entorno. Califica las voces autorizadas a hablar y les dirige en torno a lo que tienen que decir, tal y como plantearon los teóricos que delinearon las premisas que encierran al funcionalismo.

### **1.3 LA AGUJA HIPODÉRMICA ¿TÉCNICA APLICADA PARA CONSTRUIR EL DISCURSO EN TORNO A LA SUBLEVACIÓN POLICIAL?**

#### **1.3.1 DEFINICIONES DE LA AGUJA HIPODÉRMICA**

Los medios de comunicación tradicionales aún parecen mantenerse rigurosos a la hora de adoctrinar a los nuevos periodistas que ingresan en sus filas. El método comunicativo que ponen en práctica cuando elaboran una nota es el planteado por Harold Laswell. Toda noticia debe responder a las preguntas esenciales del modelo de Laswell: Quién-dice qué- a quién- con qué efecto.

Recordemos que el modelo es producto de los estudios que hizo Laswell después de la primera Guerra Mundial, reflexiones que fueron condensadas en su libro **“Técnicas de la Propaganda en la Guerra Mundial”**. A más de establecer el sistema comunicativo en mención, Laswell también puso de manifiesto sus conclusiones sobre el uso de los medios masivos y de la propaganda. En ese contexto esbozó criterios sobre la aguja hipodérmica.

“La propaganda constituye el único medio de suscitar la adhesión de las masas; además, es más económica que la violencia, la corrupción u otras técnicas de gobierno de esta índole. Simple instrumento, no es ni más moral ni menos inmoral que la manivela de una bomba de agua. Puede ser

utilizada tanto para fines buenos como malos. Esta visión instrumental consagra una representación de la omnipotencia de los medios de comunicación considerados como instrumentos de circulación de símbolos eficaces. La idea general que prevalece en la posguerra es que la derrota de los ejércitos alemanes tiene una deuda considerable con el trabajo de propaganda de los aliados. Se considera a la audiencia como un blanco amorfo que obedece ciegamente al esquema estímulo – respuesta. Se supone que el medio de comunicación actúa según el modelo de la aguja hipodérmica, término forjado por el propio Laswell para denominar el efecto o el impacto directo e indiferenciado sobre los individuos atomizados.”<sup>10</sup>

En síntesis la manipulación es posible. “Los medios de comunicación de masa vehicularán el mensaje. Es posible crear un estímulo, un mensaje, tan fuerte que se ‘inyecte’ (de ahí el nombre de hipodérmica): es posible dar en el blanco. Entre el emisor y el receptor, entre el estímulo y la respuesta, no hay ninguna intermediación que impida conseguir los objetivos, hay una relación directa de causa-efecto, algo mecánico, un vacío”<sup>11</sup>.

Como vemos al receptor se lo considera como un ente incapaz de pensar y solo atina a reaccionar en función del estímulo dado. Por lo tanto, considerará como verdad absoluta al mensaje emitido desde el medio. Además, su respuesta será condicionada a las intenciones del medio masivo que lo emite.

Como complemento a esta teoría se pueden tomar los análisis hechos por Paul Lazarsfeld quien se dedicó a estudiar los fenómenos electorales y su relación en los medios de comunicación. Estos conceptos vieron la luz en su libro titulado “**La Gente Elige**”.

---

<sup>10</sup> MATTELART, Armand. OP. CIT, Pág 28

<sup>11</sup> Teoría hipodérmica, [http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa\\_hipod%C3%A9rmica](http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_hipod%C3%A9rmica) , acceso 6 de diciembre 2010

El concepto más relevante que esboza es el de doble flujo en donde identifica que no solo es necesario un medio masivo para influir en la gente. También es pertinente tener líderes sociales que procesen la información de los medios e interactúen con ellos. Estos líderes serán capaces de establecer las matrices para la formación de la opinión pública, es decir son quienes van a influenciar de manera directa en la forma de ver y entender el mundo por parte de la sociedad.

### **1.3.2 EL COMERCIO Y SU FORMA DE INFLUENCIAR EN SUS LECTORES**

Como hemos destacado en el capítulo precedente al receptor se lo considera como un ente incapaz de pensar y solo atina a reaccionar en función del estímulo dado cuando se utiliza la técnica de la aguja hipodérmica. Por lo tanto, considerará como verdad absoluta al mensaje emitido desde el medio. Además, su respuesta será condicionada a las intenciones del medio masivo que lo emite.

La última frase, sobre todo, habla del trabajo hecho por El Comercio. Tras utilizar tres páginas para hacer el recuento de los hechos, utiliza una cuarta página para hablar concretamente del rescate y la balacera. Abajo destina un espacio para el relato de la periodista digital que acompañó el proceso y al lado derecho deja el espacio para una columna de opinión. En ella escribe el periodista Martín Pallares quien es el editor de la versión digital del diario. No obstante, ese puesto lo ocupa desde pocos meses atrás luego de regresar de unos estudios en el extranjero. Antes de ese cargo, Pallares era el editor de la sección política de El Comercio por lo cual tiene apertura en el diario para escribir sus columnas en dicha sección.

Como se puede apreciar en la foto que se adjunta abajo y concretamente en el titular encerrado en rojo, la tesis de contradecir al gobierno se evidencia con claridad. Tras varias notas en las que identificaron personajes que les ayudaron a manejar la hipótesis de que Rafael Correa no estuvo secuestrado, cierran con esta columna de opinión que titula ¿Cuál golpe de estado? En el desarrollo de la misma, Pallares no escatima esfuerzos en tildar de mentiroso a Correa y dejar claro que un secuestrado no puede tener las facultades de seguir gobernando como sí lo hizo. En fin, y a pesar de que toda la sublevación policial se transmitió en vivo y en directo, El Comercio trabajó para sustentar su única verdad partiendo, seguramente, de la concepción de que la audiencia es un blanco amorfo que obedece ciegamente al estímulo enviado por el emisor.



# El rescate de Correa fue accidentado

### OPERATIVO

**Informes de Inteligencia advierten del peligro para la vida del Presidente a su salida del hospital. Una hermana del fallecido Froilán Jiménez criticó la acción.**

**E**l hecho del rescate de Correa fue accidentado y el presidente de la República se vio obligado a salir del hospital a las 11:30 horas, cuando el Ministerio de Salud ordenó que se le trasladara a un quirófano para ser operado. Desde la salida del hospital, la información que se dio en los medios de comunicación, tanto en Chile como en Ecuador, fue contradictoria. Los informes de Inteligencia advierten que el traslado de Correa fue un proceso muy delicado y que existía un alto riesgo para la vida del presidente.

Según informan, el rescate de Correa fue un proceso muy delicado y que existía un alto riesgo para la vida del presidente. Los informes de Inteligencia advierten que el traslado de Correa fue un proceso muy delicado y que existía un alto riesgo para la vida del presidente.

La hermana del fallecido Froilán Jiménez, María Jiménez, criticó la acción del rescate de Correa, señalando que fue un proceso muy delicado y que existía un alto riesgo para la vida del presidente.

Los informes de Inteligencia advierten que el traslado de Correa fue un proceso muy delicado y que existía un alto riesgo para la vida del presidente.

El hecho del rescate de Correa fue accidentado y el presidente de la República se vio obligado a salir del hospital a las 11:30 horas, cuando el Ministerio de Salud ordenó que se le trasladara a un quirófano para ser operado.

Los informes de Inteligencia advierten que el traslado de Correa fue un proceso muy delicado y que existía un alto riesgo para la vida del presidente.

# Por la democracia

U...

## NUEVOS MENSAJES

## Inter

## U

# Con Twitter en medio de los tiros

**TESTIMONIO** Susana Morán, periodista de este país, contó en tiempo real en Twitter lo que ocurría en el Hospital de la Policía. Estas son sus vivencias.

Me encontraba en el Hospital de la Policía cuando comenzaron los tiros. Estaba en un pasillo y escuché el primer disparo que me asustó mucho. Los tiros fueron muy fuertes y me escondí en un rincón. Luego me di cuenta de que estaba sola y me quedé muy asustada. Después de unos minutos, escuché un grito que me hizo salir corriendo. Me fui hacia el fondo del pasillo y allí vi a un hombre caído en el suelo. Intenté ayudarlo pero me dio miedo. Entonces escuché más disparos y me escondí en un baño. Fue muy angustiante y me quedé temblando todo el tiempo.

Entre la confusión, escuché voces que me dieron información. Fue así como me enteré de que el presidente había sido rescatado. Me quedé muy feliz y aliviada. Los médicos y enfermeras hicieron un excelente trabajo. Finalmente, el presidente fue trasladado a un quirófano y se le operó. Me quedé en el hospital hasta que todo terminó. Fue una experiencia muy traumática pero también muy emocionante.

## La crónica que fue contada en tiempo real

- 11:58** La Panamericana Norte, la salida de Santiago, está bloqueada por la Policía.
- 12:38** Estoy haciendo un recorrido por el norte de Quito, no se ve ningún policía. Ahora en camino al hospital donde está el presidente Correa.
- 14:07** Correa sigue en el Hospital de la Policía. Se anunció que está en camino una gran marcha hasta ese sector.
- 14:59** El canciller Ricardo Pettifio acaba de llegar a los estacionamientos del Hospital de la Policía. Centenares lo acompañan en la marcha.
- 15:30** El olor a bomba lacrimógena es intenso. La gente se lleva el rostro con leche para aliviar el ardor.
- 18:51** La Policía trata de ingresar al Hospital Metropolitano donde hay manifestantes. Están pegando a la gente.
- 19:36** Se anunció que pronto saldrá Rafael Correa del hospital. Hay muchos policías. Hace mucho frío.
- 20:03** Policias de tropa hicieron retroceder al Grupo de Intervención y Rescate y les dieron cartuchos.
- 20:54** Dijos! Empezó una intensa balacera, estoy metida en un baño.
- 22:06** Ha bajado la intensidad de los disparos, parece que está retirando la calma.

...temperamentos del Ministerio. Los twitteros cuentan que las páginas de Facebook nacionales no funcionaban y que los medios tradicionales habían sido obligados a plegar a una cadena nacional. De allí que en Twitter herbían los pedidos por continuaciones de datos y ampliaciones de noticias. Para entonces, la gente me había ubicado como una periodista que estaba en el hospital donde se encontraba Correa. "¿Significa ella está en el lugar de los hechos?" decían. "¿Cómo está Correa?" fue la pregunta que más se hacía la gente. Los cybernautas pedían más fotos, pero entrada la noche la cámara del celular empezó a fallar por la escasa de luz. A las 19:00, entré un par de imágenes de los centros policiales y un video del momento en que los insubordinados cantaban el himno de la Policía mientras formaban una calle de honor para la salida del Presidente. Ese fue el último material multimedia que compartí. El resto fue solo texto para cuidar la única línea de batería que todavía mantenía con vida a mi teléfono celular. A las 20:00, periodistas y chóles llegaron ingresar al hospital en medio de la confusión de las manifestaciones. Y después encendió la balacera que sorprendió a quienes estaban en los exteriores del área de emergencia del Hospital de la Policía. Suñ de esta casa de salud, extendida, después de las 22:00 con el celular apagado. Los comentarios sobre lo sucedido ese día no dejaron de circular en Twitter durante el viernes. Agradecían por la calma que empezaba a retornar a la capital ecuatoriana.

**AL CIERRE DE LA SEMANA**

**Martín Pallares**  
Editorialista

**¿CUAL GOLPE DE ESTADO?**

**E**l momento es ideal para que el mundo vea que la acción de Estado es un golpe de Estado al mismo tiempo.

## **CAPÍTULO II**

### **2. EL PERIODISMO DIGITAL Y SU INCURSIÓN EN LA SUBLEVACIÓN POLICIAL**

#### **2.1 LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN EL HORIZONTE DEL 30 DE SEPTIEMBRE**

Aunque el estudio funcionalista de Harold Laswell tiene cerca de 100 años de antigüedad, su vigencia parece intacta. Los medios de comunicación siguen actuando bajo la premisa de que la audiencia es ciega y acoge como verdad todo lo que ellos emiten.

Sin embargo, esa falsa presunción parece llegar a su fin con la irrupción de las nuevas tecnologías y principalmente del internet. Esta herramienta de comunicación, nacida en 1969 con fines informativos para la guerra, ha permitido transgredir las barreras invisibles que se colocaban entre medios de información y público que consume los contenidos generados por ellos.

Hoy, la gente se informa de los acontecimientos relevantes sin la necesidad de acudir a los medios tradicionales, precisamente por considerar que estos no tienen un acercamiento real con sus audiencias.

Los blogs, redes sociales o diferentes portales de información son los preferidos por la audiencia a la hora de informarse. Estos tienen dos características esenciales: actualización permanente y proximidad con el medio. Estas dos características provocan mayor atracción a las personas que tienen a su mano una computadora y que pueden navegar en internet, plataforma que utilizan esencialmente para informarse.

Desde esa perspectiva, creo pertinente realizar un estudio a fondo sobre la posibilidad de buscar medios alternativos que permitan encontrar nuevos caminos en la comunicación. Lo hago porque en el Ecuador, las ideas al respecto son escasas.

También siento la necesidad de hacer un estudio a fondo sobre medios alternativos en función de la experiencia adquirida al ser uno de los fundadores del portal de análisis e investigación periodística [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec) en conjunto con Hernán Ramos, ex editor general de Diario El Comercio.

Del trabajo cotidiano en b10, puedo determinar que los medios de información aún no han entendido el avance cualitativo del ejercicio periodístico en la plataforma digital. Su trabajo se ha reducido a trasladar sus productos al internet sin analizar los parámetros que encierra la web 2.0. Ello genera una deuda ante audiencias críticas y capaces de generar sus propios contenidos que requieren un espacio de difusión donde puedan confrontar sus tesis en función de – verdaderamente- sanear sus necesidades de información y convertir a un medio masivo en un medio real de COMUNICACIÓN.

Pero concretamente, planteo el tema por los hechos acontecidos en el 30 de septiembre donde las redes sociales y los medios digitales ecuatorianos tuvieron una actuación preponderante a la hora de mantener a sus audiencias totalmente informadas.

Partamos del siguiente hecho: en varios momentos de este estudio hemos aseverado que los medios tradicionales no entienden de manera adecuada y oportuna las nuevas plataformas digitales que ahora acompañan al desarrollo de los contenidos. La evidencia concreta de lo que se está afirmando sucedió durante la revuelta policial del 30 de septiembre.

El Comercio (periódico motivo de nuestro análisis) y el diario capitalino Hoy no soportaron la afluencia de nuevos visitantes en sus plataformas digitales y salieron del aire. Esto se explica de la siguiente manera: cuando una empresa de información o una persona en particular decide crear una página web debe contratar un hosting que es una computadora virtual que viene a funcionar como el punto de inicio y final de las transferencias de datos. Este hosting tiene una capacidad determinada por el precio que pague el dueño de dicha página. En el caso de El Comercio y Hoy, los dos medios no tuvieron contratado el suficiente espacio para albergar una cantidad de lectores en su hosting para informar todo lo que acontecía en el 30 de septiembre. Como resultado de aquello, ambos medios salieron del aire y no retornaron sino hasta unos dos días después de la revuelta. Eso sumado a la cadena ininterrumpida ordenada por el gobierno dejó en entredicho el trabajo de los medios tradicionales ante sus audiencias. Más que en entredicho, quedaron sin valor alguno puesto que no cumplieron su labor de informar al instante todos los sucesos.

Entre tanto, los medios no tradicionales que han visto en internet una nueva plataforma para hacer periodismo independiente se llevaron todos los lectores y también los elogios. Un ejemplo de aquello es el portal de noticias [ecuadorinmediato.com](http://ecuadorinmediato.com) (fundado el 10 de agosto del 2004) dirigido por Francisco Herrera Arauz, periodista con más de 30 años de experiencia y que también desempeñó funciones de embajador de Ecuador en México en la presidencia de Lucio Gutiérrez. Este medio es el primero en Ecuador que decidió tener como única plataforma para generar informaciones.

¿Qué es lo que hizo Ecuadorinmediato para soportar la afluencia de lectores en la emergencia suscitada el 30 de septiembre? Dicho portal tenía previsto un plan de contingencia y durante el 30 de septiembre llegó a albergar a 110 mil usuarios durante la emergencia, esto según datos aportados por los principales del diario digital en mención.



“Los problemas realmente se debían a la cantidad de accesos inusualmente altos que este medio (ecuadorinmediato.com) comenzó a recibir y al efecto dominó que provocaba la caída de otros medios. Por ejemplo, los otros periódicos de la ciudad dejaron de responder adecuadamente o dejaron de responder del todo durante largos periodos del día. ¿Qué provoca esto? Pensemos: si no puedo entrar al sitio de noticias que me gusta leer, pues me voy a otro.. y este otro recibía una carga más que inusual lo que provocaba que dejara de responder y las visitas se iban amontonando hacia los pocos que quedaron vivos”.<sup>12</sup>

Como vemos, los medios tradicionales se perdieron en el horizonte de la autopista de la información debido a su falta de preparación. Recordemos que Ecuadorinmediato.com tiene asesoría técnica de Ecualex, empresa que brinda el servicio de correcciones de problemas ocurridos en el hosting para evitar cualquier ataque o para evitar que una página salga del aire por problemas como saturación de visitas. Ecualex no solo estuvo al pendiente del portal en mención y también brindó asesoría a otro portal digital ecuatoriano de noticias como Ecualexvivo.com y a la versión digital del periódico La Hora, todos estos se mantuvieron en pie durante la contingencia. Esto demuestra que solo un medio tradicional (La Hora) logró mantener a sus lectores informados.

Ernesto Pérez, el responsable de Ecualex, explicó que el plan de contingencia consistió en poner una página de emergencia en la cual se deshabilitaron aplicaciones que generan tráfico para solo exponer las noticias de última hora. Así, los medios digitales ganaron el pulso a los tradicionales.

## **2.2 ACERCAMIENTO EMPÍRICO A [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec)**

El portal de análisis e investigación periodística [www.b10.com .ec](http://www.b10.com.ec) nació el 10 de agosto del 2009. El fundador y director del proyecto es Hernán Ramos, quien tiene una trayectoria dilatada en el periodismo escrito de más de 25 años. Su carrera la inició en Diario Hoy y luego trabajó en

---

<sup>12</sup> <http://tinyurl.com/2w5trdy>, Ecuadorinmediato.com, ¿Por qué Ecuadorinmediato.com pudo seguir informando en la sublevación policial?, acceso 12 de diciembre del 2010

El Comercio, entidad en la que permaneció por más de 15 años y donde se desempeñó como Editor General del rotativo.

Precisamente, Ramos abandonó el periódico quiteño por ciertas divergencias que tenía con las autoridades y periodistas en torno a la concepción del periodismo y su apuesta al futuro. Las nuevas tecnologías (plataformas digitales), desde su perspectiva, no estaban siendo aprovechadas y no había un interés real (ni de reporteros, ni de autoridades), para dar el salto a esta nueva óptica de hacer periodismo.

Más allá de esas cuestiones de forma, el director de [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec) tampoco encontraba una línea editorial firme en El Comercio que le permita seguir caracterizándose por su independencia y productos de calidad como había sido en las últimas décadas, período en el cual lideró de manera “inteligente” Gudalupe Mantilla al grupo editorial.

Con la idea de no dejar morir sus pensamientos en torno al futuro del periodismo, Hernán Ramos decidió abrir un portal de análisis e investigación periodístico en el cual se acojan todos los conceptos que encierra el periodismo digital y tener mayor cercanía con las audiencias.

Para comprender mejor los alcances del proyecto que engloba [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec) vale la pena citar la definición del medio escrita por su director.

“www.b10.com.ec es un Medio Digital Independiente de Investigación y Análisis Periodístico. Está dirigido a aquellas personas -en Ecuador y el mundo- interesadas en el qué y el porqué de los hechos. La noticia es parte de nuestra agenda editorial, pero también existe un complejo y fascinante universo informativo que nos interesa explorar para beneficio colectivo. Así, la declaración oficial per se, lo mismo que la rueda de prensa, no son tareas prioritarias para b10. Preferimos escarbar las historias, los procesos, los personajes; descifran el entramado del poder económico, político, social,

cultural. En suma, nos interesa decodificar sus ideas, sus estrategias, sus intereses pues ahí está la clave para comprender las cosas que vemos, vivimos, y no siempre entendemos.”<sup>13</sup>

Y para complementar esa idea es importante capturar otra de las ideas principales del portal y que está descrita en su sección Quiénes Somos. “Las dudas, los vacíos informativos, los errores, las debilidades no se ignoran ante los lectores. Esta metodología –que no privilegia ideologías ni activismos- nos acerca a los hechos por eso jamás pretenderemos tener la razón y menos pontificar sobre la verdad”<sup>14</sup>.

La audiencia cautiva de [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec) interactúa a través de las redes sociales Twitter y Facebook. En ambas redes se contabilizan 6735 seguidores (hasta el 24 de octubre del 2010) que se declaran ecuatorianos o interesados en todos los hechos que se suscitan en el país. “Existe un universo de personas que se encuentran entre los 18 y 55 años, de los cuales el 30%, aproximadamente, están entre los 25 y 34 años de edad. Además se expresa que el 57% de los lectores son hombres, mientras que el 39% son mujeres. Estas cifras fueron reveladas tras un estudio realizado por la empresa A+A Marketing Digital en marzo de este año”.<sup>15</sup>

Con respecto al trabajo de este portal desplegado en el 30 de septiembre, la organización fue de la siguiente manera. El director del b10 decidió que el trabajo consistía en una reportería minuciosa de todo lo que acontecía alrededor del cuartel policial. Para ello encargó a un reportero que fuera al lugar con su cámara y sobre todo con su celular. La idea era estar conectado a través del Google Talk con Hernán Ramos, quien se quedó en la base del portal digital para hacer transmisiones en vivo acorde a los reportes enviados por el reportero. Dichos reportes no se transmitían a través de la misma página web en mención, sino que se transmitió a través de las redes sociales y principalmente en Twitter. La idea era informar en tiempo real lo estrictamente necesario y guardarse los hechos relevantes para una publicación posterior que tenga el tratamiento necesario en cuanto a redacción y cuidado de imágenes para poder ofrecer

---

<sup>13</sup>B10, Quiénes somos <http://www.b10.com.ec/quienes-somos/>, acceso 3 de diciembre del 2010

<sup>14</sup> Idem

<sup>15</sup> Cfr. Datos publicados por A+A Marketing Digital. marzo 2010

un producto de calidad. De esa manera, la publicación derivó en una crónica amplia de lo sucedido acompañada de imágenes relevantes y videos que trataban de graficar de la manera más cercana posible el escenario que se vivió en los alrededores del Regimiento Quito.

## **2.3 LAS REDES SOCIALES Y LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN EL 30 DE SEPTIEMBRE**

### **2.3.1 LAS REDES SOCIALES Y EL PERIODISMO**

Para muchos, Marshall McLuhan es considerado como un verdadero oráculo de la comunicación. Cuando en 1964 escribió su libro **“Comprender a los medios de comunicación”**, pocos entendían el alcance de sus reflexiones. Él definió que el medio es una extensión del cuerpo humano y por ende el mensaje está encerrado en el medio. El mensaje –desde su perspectiva- no podría reducirse a contenido e información ya que de esta forma se excluiría al poder que tienen los medios para modificar el curso de las relaciones humanas.

Pero también advertía sobre un problema que se podría presentar: los humanos forman las herramientas y luego estas nos forman. Muchos admitían que estas reflexiones constituían una crítica fuerte al apareamiento de la televisión, medio que llegó prohibir a sus nietos que lo vean.

Sin embargo, su intención era demostrar que, en efecto, el medio puede definir los campos de acción de los seres humanos. Para explicar aquello usaba ejemplos realmente sencillos como la explicación de la luz eléctrica. A continuación pongo a consideración una de esas reflexiones:

“Pero volvamos a la luz eléctrica. Poco importa que se utilice para alumbrar una intervención quirúrgica o un partido de béisbol. Podría argüirse que estas actividades son el <<contenido>> de la luz eléctrica, ya que no pueden existir sin ésta. Esta circunstancia no hace sino recalcar el hecho de

que <<el medio es el mensaje>> porque es el medio el que modela y controla la escala y forma de asociaciones y trabajo humanos.”<sup>16</sup>

A pesar de que este libro fue publicado hace más de cuatro décadas, hoy más que nunca cobra vigencia. El medio es el mensaje podría definir con mayor exactitud la interactividad que existe actualmente entre los medios y los internautas. El medio (redes sociales, foros de opinión, etc) contiene las formas de relacionarse entre los internautas por lo que en sí mismo constituye el mensaje. La información está contenida en la manera –predeterminada- de interactuar en el internet.

Luego de esta aproximación teórica e histórica de lo que podríamos entender por redes sociales vale la pena definir a qué nos referimos cuando hablamos de dichas redes. Partamos del hecho que en las plataformas digitales se ha denominado como Web 2.0 a todos los elementos que giran en torno a las redes sociales. Este término, que en principio parece más técnico que conceptual, se refiere a una actitud. No se refiere a una tecnología en particular sino a aplicaciones a partir de las cuales se pueden generar contenidos desde la perspectiva del usuario.

Una de las puntualizaciones más exactas al respecto es la que ofrece Mark Briggs. “El término ‘Web 2.0’ se refiere a sitios Web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios”<sup>17</sup>. Es decir se entiende a las audiencias como acompañantes en el proceso de generar contenidos y no como simples receptores de información.

La mejor contextualización del concepto arriba esbozado, sin duda, estuvo a cargo de Ben Mutzabaugh, columnista de viajes de negocios de la página web usatoday.com. “En el impreso (periódico) es fácil sentir que se está en pleito con los lectores porque la gente encontrará una pequeña cosa equivocada. Así, como periodista usted se pone a la defensiva. Los lectores en un

---

<sup>16</sup> MCLUHAM, Marshall, Comprender los medios de comunicación, Paidós, 1977, Pág 30

<sup>17</sup> BRIGGS, Mark, Periodismo 2.0: una guía de alfabetización digital, Knight Foundation, Texas, 2007, Pág 32

blog se unen a la conversación y lo ayudan. Ellos desean que usted consiga la historia correcta.”<sup>18</sup>

Esta nueva manera de ver a los medios y a la generación de los contenidos nace desde la periferia. Es el lector quien empieza a buscar nuevos canales para expresar sus puntos de vista y su visión de los hechos. Rápidamente, las empresas en internet entienden el salto cualitativo de las audiencias y empiezan a crear plataformas en lugar de contenidos.

Las plataformas o “bodegas de contenidos” son software de código abierto que “permite a los usuarios control y flexibilidad estándares abiertos para admitir la nueva creación”<sup>19</sup>. Cuando hablamos de esas plataformas nos referimos a las redes sociales, a youtube, flicr, wikipedia, todas estas herramientas que admiten la creación desde el mismo usuario.

Tal ha sido el impacto de esta nueva concepción en la generación de contenido, que la popular revista Time decidió entregar su premio al personaje del año 2006 a “Usted”, es decir el lector. En su explicación, la publicación estadounidense dijo: en el 2006, la World Wide Web llegó a ser una herramienta para juntar las pequeñas contribuciones de millones de personas y hacer que importaran.

El éxito de la web 2.0 viene dado por los elementos que le componen. El hipertexto es un elemento esencial. Esto no es otra cosa que un texto ubicado en la pantalla de un dispositivo electrónico que conduce a otro texto relacionado. La forma en que se conectan estos textos es a través de hipervínculos o referencias cruzadas que van a otros documentos (lexía).

---

<sup>18</sup> BRIGGS, Idem, Pág 12

<sup>19</sup> BRIGGS, Idem, Pág 33

En el ejercicio periodístico, como vemos, las redes sociales se están constituyendo en un arma importantísima. Los números de crecimiento que tienen estas nuevas plataformas hablan por sí solos a la hora de establecer la relevancia de ellas:

**“Twitter (red social y microblog):**

- Tiene 190 millones de visitantes por mes.
- En el primer cuarto del año 2010 se han subido 4 billones de "tweets".
- Actualmente se suben aproximadamente 65 millones de "tweets" cada día, lo que representa: 750 tweets por segundo, según fuentes de Twitter.
- La actividad en Twitter se incrementa con eventos de especial importancia. Por ejemplo, se rompió un record durante el Mundial de Fútbol de Sudáfrica 2010 cuando los fans escribieron 2.940 tweets por segundo, cuando Japón anotó contra Camerún el 14 de junio.
- Ese record se rompió nuevamente cuando se subieron 3.085 tweets por segundo después de que los Lakers de Los Angeles ganaron la final de la NBA el 17 de junio.
- Según el site especializado Tech Crunch, solo cinco personas tienen más de 5 millones de seguidores (followers) en Twitter: Lady Gaga, Britney, Ashton Kutcher, Ellen Degeneres, y Barack Obama).

**Facebook (la mayor red social de internet):**

- Hay más de 500 millones de usuarios activos.
- El 50% de los usuarios se mete a facebook diariamente.
- El usuario promedio tiene alrededor de 130 amigos.
- La gente gasta más de 700 billones de minutos en Facebook por mes.
- Hay más de 150 millones de usuarios que acceden a Facebook a través de sus teléfonos celulares.
- Las personas que lo usan a través de sus móviles son el doble de activos que quienes se conectan a través de sus computadoras.
- Hay más de 900 millones de objetos con los que la gente interactúa (páginas, grupos, eventos y páginas de las comunidades)
- El usuario promedio está conectado con 80 páginas de comunidades, grupos y eventos.
- Un usuario promedio crea 90 piezas de contenido cada mes.
- Más de 30 billones de cosas se suben cada mes (Links, noticias, posts en blogs, notas, álbumes, etc.)<sup>20</sup>

En lo que respecta a la situación particular del Ecuador vale la pena citar la evolución de la red social más potente del mundo, Facebook:

Facebook tiene 1.982.640 ecuatorianos registrados. Esa cantidad de usuarios ubica al Ecuador en el puesto 49 del ranking mundial de conectados a esta red social. El crecimiento mensual de internautas ecuatorianos que se conectan a Facebook llega actualmente al 13,40%. Todos estos

---

<sup>20</sup> GRANJA, Ana María, Cifras asombrosas de las redes sociales, <http://www.wdl.org/es/> , acceso 29 de octubre del 2010

datos provienen del portal Facebakers, sitio especializado en realizar mediciones de usuarios en dicha plataforma digital.

## Users & Demography for the Ecuador



Tomado de [www.fabakers.com](http://www.fabakers.com)

Sin duda que el crecimiento de esta red social es geométrico en nuestro país por lo que su utilidad a la hora de hacer periodismo es sustancial. Incluso, en lo que tiene que ver con Twitter, parece que estamos al frente de una herramienta más poderosa aún y con un crecimiento más rápido y consistente que el propio Facebook. Volvamos a las estadísticas para sustentar lo dicho.



De acuerdo a un estudio publicado por CNN en su versión digital, “de los 93 millones de usuarios de Twitter en el mundo, 15 millones son latinoamericanos y el crecimiento de la audiencia fue de 305% entre junio del 2009 y junio del 2010. La región asiática se ubicó en segundo lugar con un crecimiento del 243%”<sup>21</sup>.

Bajo todo este panorama, las palabras del el consultor de medios francés Jean-François Fogel recogidas en un taller de la Fundación Nuevo Periodismo toman mayor vigencia: “el periodista es un arquitecto de flujos de información internos y externos, con el valor añadido de la fuente”<sup>22</sup>. En ese sentido, “resulta inaplazable que todos los protagonistas de un medio de comunicación se tomen el tiempo para repensar su quehacer dentro y fuera del medio, dando un papel protagónico a la audiencia”<sup>23</sup>, la misma que se encuentra en el entorno de las redes sociales.

Ese concepto lo refuerza la periodista Virginia Alonso, directora adjunta del medio digital español 20minutos.es (con 12 millones de usuario únicos). Ella manifiesta que “Internet exige al periodista bajarse de su atalaya y hablar de tú a tú con sus lectores. Las redes son un magnífico termómetro que nos ayudan a medir lo que preocupa a los usuarios en determinados momentos. Constituyen, además, una fuente de información de primer orden y en muchos casos permiten el contacto directo con las fuentes de información”<sup>24</sup>.

---

<sup>21</sup> Twitter crece 305% en AL en un año, [www.cnnexpansion.com](http://www.cnnexpansion.com) , acceso 15 de noviembre del 2010

<sup>22</sup> FUNDACIÓN NUEVO PERIODISMO, Relatoría Periodismo y Redes Sociales, pág 14

<sup>23</sup> Opcit, Fundación Nuevo Periodismo, pág 14

<sup>24</sup> VARGAS, Ester, Internet exige al periodista hablar de tú a tú con sus lectores, [www.clasesdeperiodismo.com](http://www.clasesdeperiodismo.com) , acceso 4 de diciembre del 2010

### **2.3.2 EL 30 DE SEPTIEMBRE EN TWITTER Y FACEBOOK**

Como anotamos en párrafos anteriores, la revuelta policial del 30 de septiembre constituyó un verdadero reto para los medios tradicionales, no solo en el ejercicio periodístico como tal, sino también en su relación con las nuevas plataformas digitales.

Claramente señalamos que la mayoría de periódicos no soportaron la masiva afluencia de lectores en sus servidores, por lo que las versiones digitales se cayeron. Eso sumado a la cadena ininterrumpida dispuesta por el gobierno dejó a las audiencias huérfanas de información. La única solución que encontraron los ciudadanos que estaban ávidos de conocer todos los acontecimientos en torno a la revuelta policial fue aliarse a las redes sociales para escuchar reportes de personas que se encontraban en los alrededores del Regimiento Quito y contaban con teléfonos inteligentes. Ellos se conectaron al internet con esos aparatos y comenzaron a constituirse en periodistas ciudadanos que daban versiones más precisas al respecto.

Así trabajó [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec) como mencionamos en el capítulo anterior. Básicamente, quien es autor de esta tesis actuó de reportero y el director del portal hizo base en las instalaciones del medio para contar en vivo todas las cosas que sucedían a través de Twitter. El mecanismo de comunicación entre ambas personas era mediante el chat que ofrece gmail y que se puede instalar en los teléfonos.

Los resultados fueron satisfactorios y recibieron el reconocimiento de medios internacionales. Uno de ellos fue el portal mexicano Eje Central que incluso dedicó un artículo para analizar la censura de información y la forma en que los ecuatorianos interactuaron a través de las redes sociales para generar información al respecto.

“A diferencia de otros golpes de Estado que fueron o no consumados bajo un estado de excepción que incluye el control de las televisoras y radios, los disturbios de este jueves en ese país fueron difundidos por miles de personas a través de las redes sociales”<sup>25</sup>, destacó el portal azteca en el artículo titulado “El internet rescata a Ecuador de su censura mediática oficial”.

En dicho análisis el portal mexicano resaltó que “uno de los principales difusores fue el portal B10, del periodista Hernán Ramos. En su cuenta de Twitter, Ramos informó detalladamente lo que sucedió cada minuto del conflicto mientras ofrecía su análisis de la situación. El 30 de septiembre marca un antes y un después para Correa; también para los medios”<sup>26</sup>.

Pero, tal y como lo refleja Eje Central, no solo b10 fue protagonista en Twitter sino miles de ciudadanos también. Tal fue la relevancia del hecho que el mismo portal Twitter destacó la participación de los ecuatorianos en dicha red social en el 30 de septiembre. Para ser más concretos escogió a los 10 temas de mayor importancia que se discutieron en Twitter en el año 2010 y en el quinto puesto está el Twitt emitido por la cuenta de la presidencia en el cual se detalla que se declara el estado de excepción en territorio ecuatoriano.

Por encima de este twit solo están los relacionados a la catástrofe de Haití (primer lugar), el saludo de la Casa Blanca al presidente ruso en el cual le da la bienvenida al mandatario a Twitter (segundo lugar), el llamado de una ciudadana estadounidense para que le ayuden tras un accidente (tercer lugar), y el desastre del derrame de petróleo en el Golfo de México. Ni el Mundial de Fútbol tuvo tanta repercusión como el 30 de septiembre.

El mismo periódico capitalino El Comercio recurrió al Twitter para tratar de informar al respecto a través de su reportera Susana Morán que a través de su celular trató de contar los sucesos.

---

<sup>25</sup> EJE CENTRAL, El internet rescata a Ecuador de su censura mediática oficial, <http://ejecentral.com.mx/noticias/articulo/26918>, acceso 11 de diciembre del 2010

<sup>26</sup> OPCIT, Eje Central

¿Y qué pasó en Facebook? Esta red, a diferencia de Twitter permite una mayor interacción. El término mayor lo empleo básicamente para referirme a cantidad ya que en el primer caso analizado, dicha red social solo permite compartir ideas y comentarios que no superen los 140 caracteres, mientras que Facebook tiene en el muro a su arma más poderosa.

Los ciudadanos ecuatorianos utilizaron el muro de Facebook para poder expresar sus pensamientos en torno a los hechos suscitados en el Regimiento Quito, los mismos que recibían comentarios de distinta índole. Los que estaban a favor y en contra del presidente Correa se pronunciaron en esta plataforma digital.

Pero más allá de esos debates se registró un hecho curioso. La cuenta de Lucio Gutiérrez tuvo una inusual participación de varios ecuatorianos que empezaron a pedir el regreso del líder de Sociedad Patriótica a la presidencia del país. Antes de que el gobierno empiece a descalificar al ex presidente ecuatoriano como el presunto líder de la revuelta policial, muchos compatriotas empezaron un movimiento cibernético a través de Facebook para hacer notar su respaldo a Gutiérrez. Incluso, varios ciudadanos instaban al político a retomar el poder al hacer comparaciones entre las situaciones socioeconómicas que vivía el país en su régimen, las situaciones actuales que se viven en el período de Rafael Correa. El siguiente gráfico devela un poco de la actividad de ese día:



**Lucio Gutiérrez** Estimados amigos, empecemos el dia con la mejor de las actitudes. Mucha suerte.

30 de septiembre a las 8:25 a través de web móvil · [Comentar](#) · [Me gusta](#)

A otras 13 personas más les gusta esto.

[Ver los 25 comentarios](#)



**Jose Villafuerte** FUERA EL COMUNISMO, AFUERA RATAS SOCIALISTAS

30 de septiembre a las 14:18 · [Me gusta](#)



**Ivette Carrillo** Este es el mejor momento para terminar tanta prepotencia de este individuo es ahora o nunca unidos todos por un Ecuador mejor fuera Correa

30 de septiembre a las 17:15 · [Me gusta](#)

Escribe un comentario...



**Zoila Sucuzhañay** un saludo desde madrid q todo le vaya bien ;)

30 de septiembre a las 5:39 · [Comentar](#) · [Me gusta](#)

A Lucio Gutiérrez le gusta esto.

Escribe un comentario...



**Lucio Gutiérrez** Amigos, espero que hayan tenido un muy buen dia y alcanzado los objetivos trazados el dia de hoy.

29 de septiembre a las 18:10 a través de web móvil · [Comentar](#) · [Me gusta](#)

A otras 12 personas más les gusta esto.

[Ver los 12 comentarios](#)



**Judith Amparito Valdez Masache** LUCIO, CONTIGO ESTUVIMOS MEJOR,  
LA POLICIA TE RESPALDA, ES OBVIO QUE EL RAFAEL CHAVEZ CASTRO, LE TIEMBLA LA GARAGANTA TE TIENE MIEDO MI PRESIEDENTE.  
ARMEMOS FUERZAS Y ORGANIZEMONOS YA PARA TU REGRESO. QUE YA NO PODEMOS MAS.  
EN LAHISTORIA REP...

[Ver más](#)

30 de septiembre a las 14:07 · [Me gusta](#)



**Alexander Pozo** lucio.. regio... adelante contigo siempre

30 de septiembre a las 17:57 · [Me gusta](#)

Escribe un comentario...

Tras este acercamiento a las redes sociales y su rol en la crisis democrática vivida el 30 de septiembre en nuestro país sale a colación un concepto que parece cobrar vigencia a la luz de los hechos: la audiencia catalogada como un verdadero actor político capaz de tomar decisiones y de direccionar sus opiniones a favor de sus inquietudes y necesidades. Esto lo ampliaremos en el siguiente capítulo.

### **2.3.3 DIFERENCIA ENTRE ESPECTADOR Y PÚBLICO ACTOR**

En términos generales a espectador nos referimos a la persona que presencia con atención algo. A pesar de que mira con atención, no es capaz de debatir ni de aportar. En cambio, público actor es alguien que también mira con atención algo y es capaz de desarrollar conceptos al respecto y también de emitir sus opiniones en controversia de quien emite el mensaje.

Una vez hecha la referencia general de ambos términos partamos de los teóricos. En este estudio vamos a contemplar la reacción de la audiencia en dos medios: uno tradicional y otro alternativo.

Para hacer la distinción entre ambos elementos vamos a tomar en cuenta los apuntes realizados por Ana María Miralles puestos de manifiesto en su libro **“Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana”**. De su escrito, uno de los ejemplos que ayuda a clarificar la diferencia entre el espectador y el actor está en la síntesis que hace de la evolución del teatro. En un comienzo, las personas asistían y tenían la capacidad de aplaudir, abuchear o pedir que se repitan ciertas partes. Con el pasar del tiempo, las salas de teatro se fueron oscureciendo y se exigió el silencio durante la exposición de las obras. Es decir el público se convirtió en espectador.

El público activo está integrado en una comunidad de interpretación. Es decir, “lo que hace de un grupo humano un público activo tiene que ver, no solamente con estar expuestos a los mismos temas de conversación, sino que justamente al discutirlos se conviertan en grupos que comparten sentidos”<sup>27</sup>.

Desde esa perspectiva se deduce que las nuevas audiencias deberían ser capaces de ayudar en el proceso de construcción de un contenido en los medios alternativos. En ese sentido podríamos pensar en la posibilidad de que el medio sea capaz de impulsar una gran conversación en temas inherentes a la sociedad y que no se limite a la exposición de una información dada.

## **2.4 SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE EL PERIODISMO TRADICIONAL Y PERIODISMO DIGITAL**

### **2.4.1 ECOS DEL 30 DE SEPTIEMBRE**

Hasta el momento hemos hecho un recorrido analítico por los dos medios que son motivo de nuestro análisis en función de la cobertura que dieron a la sublevación del 30 de septiembre al instante. En este capítulo es menester entrar en el análisis de los grandes reportajes que ambos medios realizaron luego del día conflictivo en mención y cómo o para qué usaron las redes sociales en la elaboración de sus contenidos.

Partamos con El Comercio. A pesar de que Twitter fue la herramienta ideal que encontró el rotativo quiteño para mantener informados a sus lectores sobre los hechos que se suscitaban en el 30 de septiembre, dicha herramienta fue dejada de lado para la elaboración del gran reportaje publicado el domingo.

---

<sup>27</sup> MIRALLES, Ana, Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana, Grupo Editorial Norma, 2001, Pág 32

La idea básica de Twitter es compartir información. A diferencia de Facebook, esta red social no pretende ganar simpatías ni rescatar los valores y la importancia de quienes militan en ella. No obstante, El Comercio no lo entendió así. El espacio que recibió dicha red social en el gran reportaje solo fue para rescatar el valor de su reportera y no para generar contenidos a partir de las colaboraciones de quienes interactuaron en dicha red.

## Con Twitter en medio de los tiros

**TESTIMONIO** Susana Morán, periodista de este medio, contó en tiempo real en Twitter lo que ocurría en el Hospital de la Policía. Estas son sus vivencias.

¿Cómo estaba, ¿estás bien? Los tiros no dejaban de llegar a mi cuenta de @susnamorgi después habíamos minutos antes truenos del que había sido la balacera en el Hospital de la Policía, donde se encuentra el presidente Correa.

¿Apagaste el celular? Sí, lo hice. Fue así como me enteré, encerrada en el baño, que el Presidente ya había salido del lugar. La gente trataba de calmarme: "Tranquila, tu vida es primero". Recuerdo este "tweet" (mensaje por Twitter). "Estaba leyendo tus tweets y rezando por ustedes. Abrazos desde el Reino".

Apagué el celular unas 4 veces. La batería estaba por terminarse y necesitaba guardar la poca energía que aún tenía el móvil.

Desde las 16:00 empecé a tener este problema. El uso de aplicaciones (programas informáticos) para el envío de fotos y videos desgasta la pila.

"Amigos se me acaba la batería del celular. ¿Alguien vive cerca del hospital para recargarla?", escribí a las 16:34. Inmediatamente el mensaje fue reenviado por twitters que pedían que alguien me asista. "¿Quién es el valiente que se atreve a dejarle un Nokia a Susana?".

Ángel Montoya, mensajero del Diario, me llevó un cargador y con este pude darle vida a mi celular en una tienda en la avenida Mariana de Jesús, en el Hospital Metropolitano.

En tanto las bombas lacrimógenas fluyen en los exteriores del hospital la gente se cala en la calle en busca de un refugio y los bombarderos golpeaban a

**La crónica que fue contada en tiempo real**

**11:59** La Panamericana Norte, a la altura de Carapungo, está bloqueada por la Policía.

**13:38** Estoy haciendo un recorrido por el norte de Quito, no se ve ningún policía. Ahora en camino al hospital donde está el presidente Correa.

**14:07** Correa sigue en el Hospital de la Policía. Se anuncia que está en camino una gran marcha hasta este sector.

**14:59** El Canciller Ricardo Patiño acaba de llegar a los exteriores del Hospital de la Policía. Centenares lo acompañan en la marcha.

**15:30** El olor a bomba lacrimógena es intenso. La gente se lava el rostro con leche para aliviar el ardor.

**18:51** La Policía trata de ingresar al Hospital Metropolitano donde hay manifestantes. Están pegando a la gente.

**19:36** Se anuncia que pronto saldrá Rafael Correa del hospital. Hay muchos policías. Hace mucho frío.

**20:13** Policías de tropa hicieron retroceder al Grupo de Intervención y Rescate y les dicen traicioneros.

**20:54** ¡Dios! Empezó una intensa balacera, estoy metida en un baño.

**22:06** Ha bajado la intensidad de los disparos, parece que está retornando la calma.

Como vemos, desde el titular hacen elocuencia del valor de la reportera al poner "Con Twitter en medio de los tiros". En el desarrollo de la nota solo se puede encontrar un testimonio de la reportera que comenta las decenas de mensajes que recibió aconsejándole que cuide su vida.



También hace énfasis en el crecimiento de sus seguidores y en el equipo celular que usó para lograr la transmisión en vivo. Es más pone de manifiesto un hecho particular que desdice de la cobertura en sí. Señala que nunca supo que el presidente ya salió del Hospital de la Policía porque en los momentos álgidos se encerró en un baño “por su seguridad” según describe. Es decir, la reportera no presencié de primera mano todos los hechos y más bien se enteró a través del mismo Twitter el desenlace de todo. Aún así, el periódico destina todo un espacio para destacar más al personaje (la periodista) que a los hechos en sí, que es la razón de ser de un medio de comunicación.

Ahora bien, ¿y qué pasó en b10? Si bien, el peligro para los periodistas y todas las personas que fueron partícipes de la sublevación policial era inminente, en ningún momento se utilizó este elemento para victimizar a los periodistas y hacer artículos en función del sensacionalismo que ello puede desembocar. Tampoco se utilizaron las redes sociales para ganar popularidad, ni destacar el heroísmo de sus funcionarios a la hora de realizar sus coberturas ya que son hechos irrelevantes a la hora de compartir información, y además son cuestiones inherentes al ejercicio profesional.

Más bien, el trabajo se centró en “exprimir” todas las herramientas que ofrecen las redes sociales con el objetivo de acercarnos más a la audiencia y lograr su participación verdadera y efectiva para lograr una comunicación plena que se vea reflejado en los contenidos elaborados.

Así, lo primero fue recurrir a la herramienta denominada Twtpoll que permite hacer encuestas en la comunidad y compartir los resultados y preguntas a través de las diferentes páginas web al generar un gráfico.

La idea era tratar de buscar un panorama claro con respecto a la percepción que tenían los ecuatorianos tras los sucesos acontecidos en la revuelta policial. Con ello elaborar un artículo

que no se encasille en una polarización de opiniones que hasta el momento el Ecuador estaba soportando: los que apoyan la tesis del secuestro y los que no.

Concretamente, entre el lunes 11 y el viernes 16 de octubre se le preguntó: “¿Quién es el principal responsable del 30S en Ecuador?” Ante esta pregunta realizada por b10, los lectores respondieron de esta manera: 42% Lucio Gutiérrez; 40% Rafael Correa; 12% la tropa de la Policía; 4% los oficiales de la Policía; 3% la Embajada de EEUU.

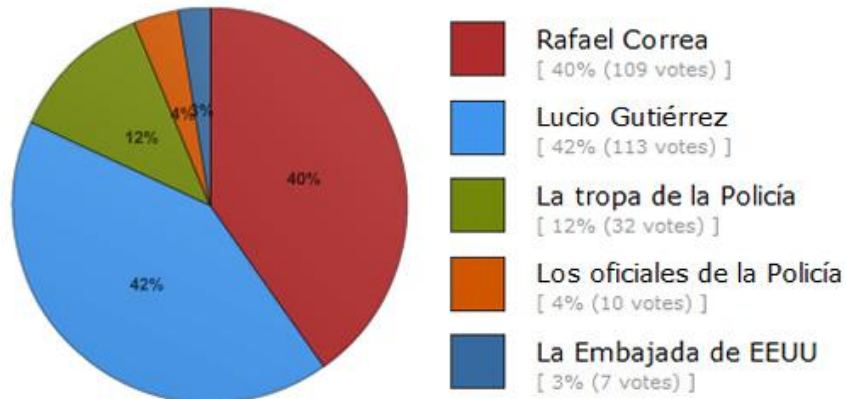
Este ejercicio periodístico tuvo la participación de 271 lectores que aceptaron la invitación del portal b10 para generar estos contenidos. Pero, la participación de esta comunidad no se limitó a la simple acción del voto el mismo que se vea reflejado en un costado de la página web, práctica habitual de los medios tradicionales que tienen su versión digital. Tras cerrar la encuesta, se realizó una lectura analítica de la percepción de los ecuatorianos, la misma que quedó plasmada en un artículo publicado en b10 el 16 de octubre del 2010.



## ¿Quién es el principal responsable del #30S en Ecuador?

By @b10\_ecuador | Twtpoll created less than 2 weeks ago | This poll is closed. See results below!

Total: 271 votes



Tomado de [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec)

Pero dicho artículo no se limitó a hacer una lectura analítica por parte del staff de b10 sino que también realizó un compendio de las opiniones de lectores que aportaron al respecto. Para ello se utilizó a Facebook como herramienta idónea para canalizar todos esos comentarios. El procedimiento fue sencillo: a través del muro se compartió la encuesta y los lectores tuvieron la oportunidad de expresarse. Finalmente se escogió a tres lectores que sintetizaban las visiones escritas por los demás y se incluyó de manera íntegra en el contenido.

# 30S: Gutiérrez y Correa, responsables

Publicado el 16 de octubre de 2010

5  
tweets  
retweet

Escrito por **Hernán Ramos** | Imprimir esta nota | 6 Comentarios y 0 Respuestas | 692 visitas

¿Quién es el principal responsable del 30S en Ecuador? Ante esta pregunta realizada la semana pasada por b10, nuestros lectores respondieron así: 42% Lucio Gutiérrez; 40% el presidente Rafael Correa; 12% la tropa de la Policía; 4% los oficiales de la Policía; 3% la Embajada de Estados Unidos. ¿Qué significan todas estas cifras? b10 hace una lectura.

Fotografías: archivo particular



Tomado de [www.b10.com.ec](http://www.b10.com.ec)

Los resultados de este ejercicio periodístico fueron positivos. Los números avalan dicho pensamiento. En El Comercio la nota “Con Twitter en medio de los tiros” subida a la versión digital de dicho medio, apenas recibió la visita de 124 lectores tal y como se aprecia en la siguiente captura:



## Con Twitter en medio de los tiros

ENVIAR A UN AMIGO | IMPRIMIR | CORREGIR | COMPARTIR | Nº LECS: 124

Tiempo de lectura: 4'30" | No. de palabras: 675

Tamaño de Letra: A A A

Me gusta

Twitter 0

COMPARTIR | f t Y g

**TESTIMONIO** | DOMINGO 03/10/2010 Correa ya salió, ¿estás bien?". Los mensajes no dejaban de llegar a mi cuenta de Twitter (susanamorg) después de que había escrito minutos antes en esa misma red que había empezado la balacera en el Hospital de la Policía, donde se encontraba retenido el presidente Rafael Correa.

En mi teléfono, las consultas y las frases de apoyo llegaban de 20 en 20. Era imposible leerlas mientras escuchaba junto a Vicente Costales, fotógrafo de este Diario, las ráfagas y detonaciones en un baño ubicado en el segundo piso de una edificación conjunta al hospital.

Comencé a escribir desde la 12:00 del jueves hasta pasadas las 22:00. La pantalla del Nokia E71 que llevé al lugar me mostraba que el número de seguidores de mi cuenta no dejaba de subir: a las 12:00 tenía unos 600 seguidores y hacia las 21:30 había pasado los 6 000.

Tomado de [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com)

Entre tanto, el artículo publicado por b10 con la ayuda de sus lectores recibió 692 visitas, lo cual evidencia que la nota despertó mayor interés entre los internautas. Incluso, si comparamos las crónicas que hacen alusión específicamente a los hechos de la revuelta policial la diferencia entre ambos medios es abismal.

## JUDICIAL

### El rescate del Presidente tuvo en vilo a 72 pacientes del Hospital de la Policía

ENVIAR A UN AMIGO | IMPRIMIR | CORREGIR | COMPARTIR | Nº LEC: 318  
Tiempo de lectura: 7'58" | No. de palabras: 1195 | Tamaño de Letra: A A A

**EMERGENCIA** | DOMINGO 03/10/2010 En el área de Emergencia del Hospital de la Policía aún no se habían reportado novedades. Los médicos y enfermeras estaban pendientes de lo que ocurría con el presidente de la República Rafael Correa, quien minutos antes había llegado al Regimiento Quito 1 para dirigirse a un grupo de policías insubordinados.

Por televisión se había transmitido en vivo cómo el Mandatario, con micrófono y desde una ventana, explicaba a los policías que el Gobierno apoyaba a la Policía y que no iba retirar los beneficios, y que una muestra de ese respaldo era la mejora salarial del 2008.



BLOGS  
INVEST  
Arturo

**b10.com.ec** | Portada | Quiénes somos | Contáctenos | Anuncie en b10

economía & bolsillo | política & poder | medios & comunicación | fútbol & deportes  
imágenes & videos | cultura & letras | blogs & tendencias | turismo & mochila

Inicio > Dossier Suscriptores > El 30-S o 'la sublevación de las botas'

## El 30-S o 'la sublevación de las botas'

Publicado el 1 de octubre de 2010

7 tweets | Escrito por **Mauricio Domínguez** | Imprimir esta nota | 4 Comentarios y 15 Respuestas | 1,414 visitas

Entre las 09:27 y las 22:30 del 30 de septiembre (30S), la Policía creó un hecho violento que incluyó maltrato y secuestro temporal del Presidente. La tropa se rebeló contra la Ley que pudiera afectar sus intereses. Para el Gobierno hubo manipulación con afanes golpistas. La población civil que respaldó a Correa fue salvajemente reprimida. La historia por dentro.

Fotografías y videos: Mauricio Domínguez, b10

Como se puede apreciar la nota de El Comercio recibió 318 visitantes, mientras que la de b10 superó las 1400 visitas. La diferencia en b10 básicamente radica en utilizar elementos gráficos visuales y de texto para contextualizar adecuadamente la nota, a diferencia de El Comercio que

solo transcribió la nota publicada en el medio impreso sin considerar en el desarrollo el uso de elementos multimedia tal y como lo contemplan las nuevas plataformas digitales.

## **CAPÍTULO III**

### **3. PERSPECTIVAS DEL PERIODISMO DIGITAL**

#### **3.1 CONECTIVIDAD: REVOLUCIÓN SILENCIOSA EN ECUADOR**

Revolución es una palabra que se pronuncia con bastante frecuencia en el Ecuador en los últimos años. Se la acoge más para conceptos sociales que pretenden sustentar un sistema político, en este caso, el que lidera Rafael Correa desde que llegó a la Presidencia de la República. Pero en Ecuador ha sucedido algo que se puede encasillar en ese mismo concepto, sin que haya habido derramamiento de sangre ni debates calientes en la Asamblea Nacional.

Partamos de su significado: revolución es el cambio o transformación radical y profunda respecto al pasado inmediato. Este cambio se puede producir en varios ámbitos, uno de ellos es el tecnológico. En Ecuador ha habido una revolución profunda que prácticamente ha pasado desapercibida. Hablamos de una transformación en el ámbito de conectividad. Los números hablan por sí solos. Según los datos que maneja la Superintendencia de Telecomunicaciones (ST), en el 2004 había 191.903 usuarios de internet en el país. Cinco años después esa cifra se multiplicó por 10. En efecto, en el 2009 la ST contabilizó 1'977.687 abonados, mientras que a junio del 2010 ya se contabiliza un total de 2.594.863 usuarios conectados en el Ecuador.



DATOS DE CUENTAS Y USUARIOS DE INTERNET POR PROVINCIA.							
MES:		JUNIO					
AÑO:		2010					
No.	PROVINCIA	Cuentas Conmutadas	Cuentas Dedicadas	Cuentas Totales	Estimado de Usuarios Conmutados	Estimado de Usuarios Dedicados	Estimado de usuarios totales
1	Azuay	6338	12446	18784	25352	76283	101635
2	Bolivar	33	1698	1731	132	11148	11280
3	Cañar	290	1763	2053	1160	7619	8779
4	Carchi	106	1574	1680	424	7286	7710
5	Chimborazo	369	7911	8280	1476	39352	40828
6	Cotopaxi	113	3487	3600	452	22510	22962
7	El Oro	233	7753	7986	932	32643	33575
8	Esmeraldas	335	3945	4280	1340	23252	24592
9	Galápagos	52	1237	1289	208	6296	6504
10	Guayas	3456	124262	127718	13824	724263	738087
11	Imbabura	399	6370	6769	1596	31990	33586
12	Loja	206	6891	7097	824	31435	32259
13	Los Rios	50	3988	4038	200	17024	17224
14	Manabí	559	10980	11539	2236	43005	45241
15	Morona Santiago	47	561	608	188	2640	2828
16	Napo	41	1488	1529	164	9077	9241
17	Orellana	10	1055	1065	40	6885	6925
18	Pastaza	19	1917	1936	76	10705	10781
19	Pichincha	11101	179470	190571	44404	1037177	1081581
20	Santa Elena	58	2355	2413	232	10454	10686
21	Santo Domingo de los Tsáchilas	206	1053	1259	824	9307	10131
22	Sucumbios	64	1270	1334	256	10154	10410
23	Tungurahua	440	8761	9201	1760	48895	50655
24	Zamora Chinchipe	15	663	678	60	3433	3493
	Operadoras Móviles			273.870			273.870
	<b>Total general</b>	<b>24.540</b>	<b>392.898</b>	<b>691.308</b>	<b>98.160</b>	<b>2.222.833</b>	<b>2.594.863</b>

El Total general de cuentas totales y usuarios totales incluye el valor de las Operadoras Móviles.

#### FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

El crecimiento intenso de la penetración de internet se puede entender desde varias aristas. Pero quizá la explicación se puede centrar en dos puntos: el acceso a los últimos accesorios en tecnología y el notable incremento de abonados a la telefonía celular. Para graficar el primer punto basta con recorrer los diferentes distribuidores de equipos de computación que existen en el país. Por ejemplo, Mac tiene dos puntos de venta en Quito. Ellos tienen una política clara para comercializar sus últimas invenciones. Primero, hacen el lanzamiento del producto en Estados Unidos, 60 días después sale a la venta en el mismo país, y luego de un mes ya está disponible en Ecuador.

Así sucedió con la Mac Pro de 8 núcleos, la computadora más rápida del mundo, gracias a sus 2 procesadores Quad Xeon de Intel, 6 GB de DDR3 memoria, unidad de disco duro de 640 GB,

512 MB VRAM y super Drive 18X. Este equipo estuvo disponible en el país 90 días después de su lanzamiento.

Por las condiciones especificadas, para acceder a este equipo es necesario pedirlo y cancelar su valor (4.025 dólares) con anticipación. La empresa le entrega después de siete días. Lo mismo sucede con la MacBook Air, la portátil más fina del mundo que cabe en un sobre de manila. Y así sucederá con la iPad, la computadora tableta que será comercializada a partir del próximo 25 de marzo.

Pero no solo existen estos precios y condiciones. El mercado ecuatoriano está saturado de portátiles de rendimiento medio que pueden costar entre 600 y 800 dólares. Incluso, en Comandato ya se comercializa la Toshiba Satellite, una de las últimas creaciones de la marca japonesa con la que pretendió sacudir el mercado de las portátiles. Esta tiene 4 gigas de ram, procesador duo core y un disco de 350 gigas (1.182 dólares). Tiene un precio relativamente bajo en comparación con sus características. El costo se redujo en todos los mercados ya que se vendió como una portátil, pero su peso y tamaño no cuadran con esa definición, ya que tiene 18 pulgadas de alto y 6,4 libras de peso.

Pero incluso los ecuatorianos pueden acceder a las netbook, equipos que oscilan entre 300 y 600 dólares. Estas son las ideales para quienes solo desean estar conectados a internet y utilizar paquetes básicos como Word, Excel, etc. Como dicen los expertos, las netbook no son para crear.

Como vemos, la oferta es muy variada, lo cual ayudó a que la conectividad a internet aumente de manera agresiva. El otro factor de estímulo creciente para la conectividad se llama teléfono

celular. Ecuador es uno de los países que más abonados tiene a la telefonía móvil a escala mundial. En concreto, posee 12 millones 946 mil usuarios. De ellos, 273.870 tienen contratado el servicio de internet para sus celulares. Por eso, quienes se conectan a través de un dispositivo móvil a la red representan el 39.62% del total de la población conectada del Ecuador.

Estos usuarios necesitan de lo último en cuanto a teléfonos inteligentes. Por eso Movistar, que tiene el mayor número de abonados con servicio de internet (112.303), tiene como modelos más vendidos el BlackBerry Bold 9700 y el 8520. El primero, un teléfono que dejó atrás la molesta “bolita” o scroll para convertirse en un teléfono táctil, brinda posibilidades de conectarse a internet en lugares donde hay wifi sin necesidad de contratar un plan.

El crecimiento de usuarios con acceso a internet a través de los móviles también es muy alto. Solo el año pasado se registró un incremento del 22%, algo excepcional si consideramos que “el 45.5% de la población que se conecta dice que lo hace con propósitos educativos y de aprendizaje”<sup>28</sup>, según estadísticas del INEC.

Pero las alarmas ya se encendieron a inicios del 2010 en Barcelona, España, donde se realizó la Feria Mundial de Móviles. Ahí, Mike Lazaridis, presidente de la compañía que fabrica los Blackberry, dijo que los creadores de teléfonos inteligentes deben desarrollar productos que consuman menos ancho de banda si quieren evitar el colapso de las redes. La razón principal es que los celulares consumen 30 veces más ancho de banda que los teléfonos tradicionales. De hecho eso ya se ha notado en América, concretamente en Ecuador. El 15 de diciembre del año

---

<sup>28</sup> INEC, El 41% de los ecuatorianos ha utilizado computadora, [http://www.inec.gob.ec/web/guest/tec\\_inf\\_com](http://www.inec.gob.ec/web/guest/tec_inf_com) , acceso 20 de diciembre del 2010

pasado se produjo una avería en el sistema y dejó sin el servicio de correos y mensajes a miles de usuarios.

Pero, al parecer, el mensaje solo prendió las alarmas y nada más porque los fabricantes siguieron exhibiendo nuevos aparatos con aplicaciones más fuertes o parecidas. Así lo hizo Google con el lanzamiento del Nexus One, catalogado como un iPhone un poco más sofisticado (mejor resolución de pantalla básicamente) y con una autonomía de 12 horas de su batería.

En síntesis, Ecuador se encuentra en una autopista que podría resultar beneficiosa para colocarse a la vanguardia del conocimiento. No obstante, se debe luchar contra dos aspectos: las operadoras celulares que prefieren seguir construyendo móviles con aplicaciones que consumen bastante ancho de banda y que pueden derivar en la saturación. Lo hacen porque los estudios realizados por ComScore revelan que 8 de cada 10 latinoamericanos entran a las redes sociales. Entonces, los teléfonos vienen cargados con programas y aplicaciones que facilite aquello, en desmedro de otras que pueden ser utilizadas para aprendizaje y educación.

El otro aspecto es cultural. Las estadísticas del INEC demuestran que “el 93% de los hogares ecuatorianos prefiere tener un televisor a color, en contraste con el 31% de hogares que sí tiene computador”.<sup>29</sup>

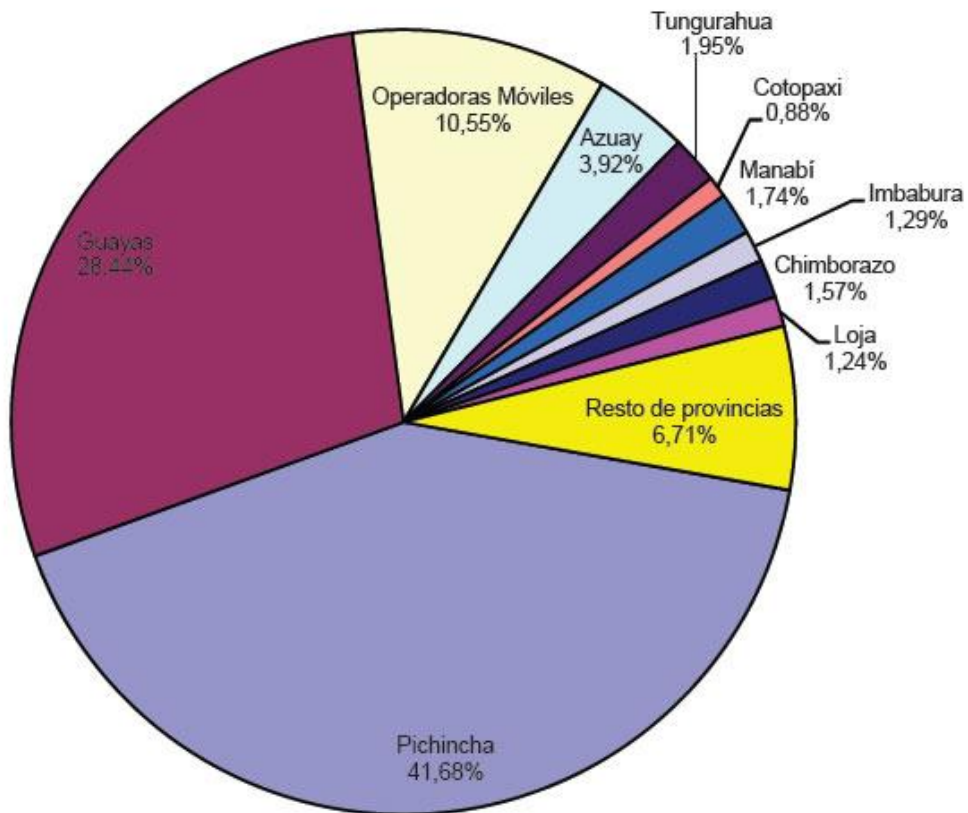
---

<sup>29</sup> OPCIT, Inec

### 3.1.1 RANKING DE PROVINCIAS WEB EN EL ECUADOR

Tras establecer el número de usuarios que existen en Ecuador de internet, vale la pena ir desglosando estos números en función de las provincias, siempre siguiendo el cuadro de conectividad tomado de la Superintendencia de Telecomunicaciones que presentamos en el capítulo precedente. La idea es validar qué aspectos son los que esencialmente inciden a la hora de conectarse o no a la gran red.

USUARIOS DE INTERNET POR PROVINCIAS EN PORCENTAJE - JUNIO 2010



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

La provincia de Pichincha encabeza la lista, con 1081.581 usuarios conectados. Este dato, por sí solo, representa el 41,68% del total nacional. Con un margen considerable le sigue Guayas, al registrar 738.087 abonados, cifra que representan el 28,44% del total. Esta diferencia resulta más preocupante, asumiendo al internet como herramienta ideal para informarse, o para estudios y negocios, y si consideramos a su vez la población de las dos provincias.

La provincia del Guayas es la más poblada del Ecuador, con una total de “3’432.446 habitantes. Si se cruza este dato con el total de usuarios provinciales de Internet, se advierte que apenas el 16,25% de sus habitantes está conectado a la Web. De su lado, Pichincha cuenta con 2’427.503”<sup>30</sup> habitantes, cifra que al cruzarse con el número de usuarios de Internet arroja un porcentaje que bordea el 32,12% de conectividad a través de la Web.

La explicación de este fenómeno puede estar en la desigualdad económica que existe en ambas provincias. “Según las estadísticas del INEC, en Guayas hay 1’580.077 personas en condición de pobreza. Este dato surge de la encuesta realizada en junio de 2008, utilizando el método NBI (clasificación de los hogares como pobres o no pobres, de acuerdo a la satisfacción de sus necesidades básicas). En Pichincha, la misma variable representa un tercio de la de Guayas (544.447 habitantes enmarcados en los niveles de pobreza)”.<sup>31</sup>

Volviendo al mapa de conectividad, la provincia del Azuay es la tercera en el ranking. Existen 101.635 azuayos conectados a Internet, lo cual representa el 3,92% del total de abonados en el país. De la población total de esta provincia, solo el 14,02% está en la gran autopista de la

---

<sup>30</sup> CFR, Inec, Encuesta de condiciones de vida, [http://www.inec.gob.ec/web/guest/institucion/regionales/dir\\_reg\\_lit/est\\_soc/enc\\_hog/con\\_vid](http://www.inec.gob.ec/web/guest/institucion/regionales/dir_reg_lit/est_soc/enc_hog/con_vid), acceso 20 de diciembre del 2010

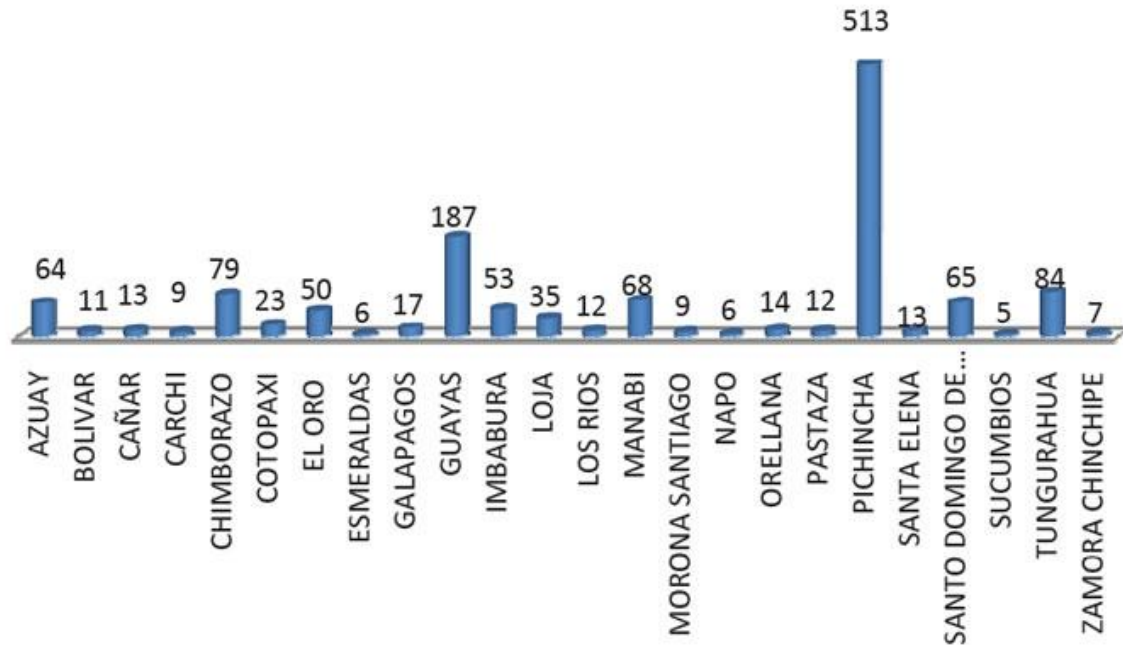
<sup>31</sup> Idem

información. En cuarto lugar está la provincia del Tungurahua con 50.655 usuarios. El quinto lugar es para Chimborazo con 40.828 abonados.

Las provincias con menor penetración de Internet entre sus habitantes son las amazónicas Zamora Chinchipe y Morona Santiago. La primera cuenta con 3.493 usuarios que representan el 1,4% de su población, mientras que la segunda tiene 2.828 abonados.

Para suplir la falta de Internet en los hogares existen los cibercafés. En esta rama (datos actualizados al registro de enero del 2010) también Pichincha encabeza el ranking con la mayor cantidad de locales: 513 centros proveen el servicio de Internet, seguido por Guayas con 187 dependencias.

**REPORTE MENSUAL DE CIBERCAFÉS CON  
CERTIFICADO DE REGISTRO  
MES: ENERO 2010**



Tomado de Superintendencia de Telecomunicaciones

Hasta ahí el primero y segundo lugar en cibercafés no varían con respecto al ranking de usuarios en internet. A partir del tercer lugar el panorama es otro. Tungurahua emerge en tercera posición, con 84 centros de Internet, seguida por Chimborazo con 79, Manabí con 68 y Santo Domingo con 65. Azuay recién aparece en el séptimo lugar con 64 centros.

Como se desprende de estas estadísticas, los medios digitales tienen una proyección importantísima ya que los ecuatorianos cada vez están más conectados a la red y ávidos de recibir información y ser parte de la generación de contenidos.



## **3.2 EL PERIODISMO DIGITAL ANTE EL CRECIMIENTO DE INTERNAUTAS**

### **3.2.1 BREVES REDEFINICIONES DEL PERIODISMO DIGITAL**

Hasta el momento hemos citado el crecimiento geométrico que ha tenido la conexión a internet en el país. Sin duda que esto abre unas perspectivas positivas a quienes pretenden hacer periodismo en las plataformas digitales.

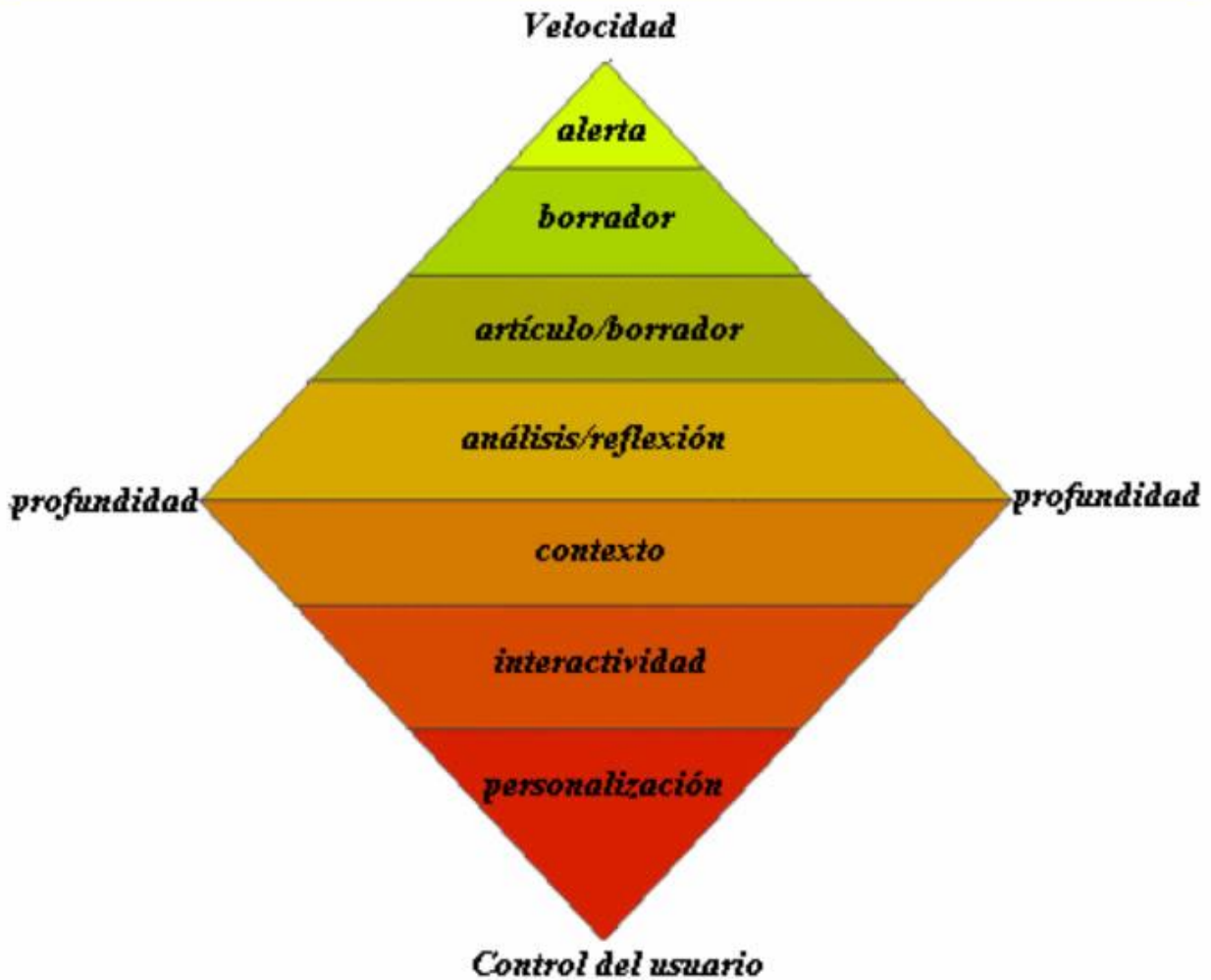
Antes de analizar esas perspectivas creo que es momento idóneo para dejar plasmado un concepto de lo que realmente deberíamos entender por periodismo digital, luego de haber analizado varias posturas a lo largo de los dos primeros capítulos.

Los indicadores que caracterizan al periodismo digital son la rapidez, el dinamismo y la interactividad. La rapidez está entendida como la capacidad de actualizar una información minutos después de que el hecho haya sido público. En lo que se refiere al dinamismo, entendemos a la facilidad que otorgan a los lectores para desplegar los contenidos y llegar con mayor facilidad sin necesidad de acudir a un puesto de venta. La interactividad es la capacidad que tienen los medios digitales de acoger las propuestas de contenidos de las audiencias para lograr un feed back pleno en el proceso de la comunicación.

El concepto desarrollado en el párrafo anterior tiene sustento en una propuesta hecha por el periodista digital Paul Bradshaw y que fue recogida por la Fundación Nuevo Periodismo que lidera el escritor colombiano Gabriel García Márquez. Bradshaw plantea que el periodismo digital debería tener como base, a la hora de pensar en sus artículos periodísticos la siguiente pirámide antes de subir sus contenidos a una página web.

# El Diamante de Noticias

Paul Bradshaw, [onlinejournalismblog.wordpress.com](http://onlinejournalismblog.wordpress.com)



Tomado de Fundación Nuevo Periodismo

Como vemos, el esquema presentado permite tener una clara apreciación de lo que es el manejo de la información cuando se utiliza medios electrónicos. En ese sentido entendamos de mejor manera a qué se refiere cada ítem:

**Alarma:** proceso mediante el cual el periodista o editor se entera de acontecimientos relevantes que pueden ser sujetos de seguimiento. Aquí es importante valorar las fuentes, es decir, establecer la seriedad que se le puede atribuir a la información desplegada y su valor de verdad.

**Borrador:** procesamiento de datos y delimitación de un eje transversal a partir del cual va a girar la narración de los hechos.

**Artículo/borrador:** es el primer producto elaborado por el periodista con respecto al hecho reportado. El texto será sujeto de corrección para establecer parámetros de calidad en torno a la redacción y ortografía.

**Análisis/reflexión:** en esta etapa se considerarán los siguientes aspectos: si el artículo corresponde al eje transversal delineado. Si hay la posibilidad de acompañar al texto con una visión editorial del tema. Saber el impacto que se pretende tener.

**Contexto:** determinar si los elementos descritos en la nota son necesarios para un pertinente entendimiento de la misma. Además, se convierte en una especie de evaluación del entorno de quienes protagonizan en el suceso a ser contado para adoptar ciertos cuidados a la hora de escribir y no caer en errores de interpretación.

**Interactividad:** facilidad para poder compartir la información con el entorno adecuado y las respuestas que provoca el artículo publicado y su implicación en la generación de los contenidos.

**Personalización:** es la capacidad del medio para responder de manera directa a los lectores y solventar sus inquietudes. También se refiere a la posibilidad de viabilizar una conversación que les permita generar aportes en la construcción de un nuevo contenido.

### 3.2.2 POTENCIALIDADES DEL PERIODISMO DIGITAL

Los números presentados en el capítulo “**Conectividad: revolución silenciosa en Ecuador**”, sin duda evidencian que los periodistas tienen en el internet un nicho digno de explotar. Las personas están conectadas y buscan informarse a través de estas plataformas digitales.

Pero contrariamente a lo que se podría pensar, el éxito en el periodismo digital no está en tener una página web y simplemente colgar contenidos. Tampoco está en aquella paranoia que se tiene por parte del periodismo por tener primicias e informar primero que los demás.

El profesor de la Universidad de Toronto de nuevas plataformas digitales, Don Tapscott, da su visión con respecto a las potencialidades del periodismo digital. Él no solo cree que las nuevas plataformas son ideales para que las audiencias verdaderamente interactúen sino también plantea que pueden ser modelos de negocios exitosos. “La gente no va a pagar por un CD, ni los jóvenes por las canciones; pero sí pagarán tres euros al mes para recibir la música como servicio. Del mismo modo, la gente no va a pagar por noticias generales, pero sí por recibir buenos análisis, periodismo de investigación”<sup>32</sup>.

Para sustentar lo dicho, Don Tapscott trae a colación las experiencias de The Economist y The Times, empresas que decidieron cobrar por el acceso a sus portales y la primera está al borde de

---

<sup>32</sup> LA INFORMACIÓN, Todos los periódicos van a desaparecer, [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/informacion-para-empresas/todos-los-periodicos-van-a-desaparecer\\_ICq23TTaDCa3bSaHBQ6Y14/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/informacion-para-empresas/todos-los-periodicos-van-a-desaparecer_ICq23TTaDCa3bSaHBQ6Y14/), acceso 20 de diciembre del 2010

la banca rota, mientras que la segunda perdió el 95% de lectores en su versión digital. Todo ello porque siguieron dotando a sus lectores de notas generales y no de un periodismo basado en la profundización e investigación de temas sensibles para la sociedad.

El Tiempo de Colombia, en cambio, sí ha evidenciado el concepto emitido por el profesor canadiense. Aquel periódico, no solo ha tratado de profundizar en los temas periodísticos que generan sino también se han planteado como prioridad uno el conversar con sus lectores a través de las redes sociales.

Para ello, Diego Santos, editor del periódico en su versión digital, decidió la apertura de las cuentas en Twitter y usar una de las aplicaciones que esta red ofrece como es la Twittcam. Esta herramienta permite comunicarse en una especie de video conferencia con las personas que están conectadas. Con ella han logrado interactuar de mejor manera con su audiencia y los resultados son formidables: actualmente tienen 140.000 seguidores en dicha red social.

“La acogida que hemos tenido ha sido muy positiva. Personas que se han mostrado siempre muy críticas con Eltiempo.com, han aplaudido esta iniciativa. Es decir, han reconocido una intención por nuestra parte de emprender este camino juntos, de igual a igual”<sup>33</sup>, señala Santos.

Ese acercamiento, reconoce Santos, también han permitido orientar a sus periodistas en torno a los temas que requieren ser investigados y que serán bien aceptados por la gente, es decir por sus lectores.

Más allá de este ejemplo, Wikileaks se viene a constituir en el caso más concreto para entender que el acercamiento a las audiencias pueden generar enormes posibilidades para el periodismo de

---

<sup>33</sup> CABRALES, Renata, La experiencia de eltiempo.com en Twitter, [http://www.fnpi.org/nodo-digital/blog-renata-cabrales/?tx\\_wcediscussion\[single\]=32789](http://www.fnpi.org/nodo-digital/blog-renata-cabrales/?tx_wcediscussion[single]=32789), acceso 20 de diciembre del 2010

profundidad o de investigación que es el que los lectores reclaman. El fundador de Wikileaks, el australiano Julian Assange, abrió un canal digital para que personas contribuyan con él. La idea es que sus lectores le entreguen informaciones clasificadas y que han sido ocultados por los diferentes gobiernos por considerar que es información sensible.

Assange ofrece a su comunidad (personas que interactúan con él en internet) mantener en total secreto la identidad de las fuentes y también les aseguró que toda información será investigada y posteriormente publicada en los medios de comunicación.

Los resultados están a la vista. Actualmente tiene en su poder más de 250.000 documentos clasificados de Estados Unidos y miles de personas a escala mundial creen en el trabajo de este personaje, que hasta el año pasado resultaba totalmente desconocido. Dejó atrás el anonimato, precisamente al entender el poder que tienen las plataformas digitales y sobre todo al entender la proximidad que debe haber entre periodista y lector.

Aterrizando esta realidad al Ecuador, nuevamente podemos establecer que el periodismo tiene un enorme potencial si se asienta en las plataformas digitales. Como evidenciamos en el capítulo precedente, más de dos millones de ecuatorianos se encuentran conectados a internet y si comparamos con el número de ejemplares que circula a diario en El Comercio (40 mil ejemplares), los medios digitales tienen una audiencia cautiva visiblemente superior y que aún no ha sido explotada.

### **3.3 LOS RIESGOS DEL PERIODISMO DIGITAL**

Hasta el momento hemos analizado las potencialidades que tiene el periodismo digital en Ecuador gracias al crecimiento exponencial de usuarios conectados a la “gran autopista de la

información”. Pero también vale la pena analizar los riesgos que existen en la web para el periodismo.

Para hacer ese análisis, partamos de un comentario generalizado: la web finalmente pudo plasmar en la realidad muchos de los postulados que tiene el marxismo, es decir la plataforma digital sería una herramienta ideal para sostener una transformación social donde todos sean considerados como igual.

Antes de afirmar lo anterior es necesario tener claro los conceptos del marxismo. Esta es una corriente que se preocupa de “la interpretación de los contextos históricos (económicos, políticos y sociales) y de los procesos ideológicos que reproducen la confrontación clasista en los distintos espacios de la vida social”<sup>34</sup>.

En este caso podríamos determinar una confrontación entre audiencia y medios que deriva en una nueva concepción de entender los trabajos periodísticos. Es decir, se encasilla de manera correcta en la principal teoría que tiene el marxismo: la realidad social es dinámica y conflictiva.

Además, queda claro que el marxismo no es solamente una propuesta metodológica para entender la realidad, sino que “es una propuesta política que cuestiona la estructura pro-explotación de las relaciones capitalistas y plantea la transformación social por la vía revolucionaria socialista”<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> TORRICO, Erick, La Tesis en Comunicación, La Paz, Bolivia, 1997, Pág 38

<sup>35</sup> Idem, Pág 34

Como se puede apreciar, el marxismo puede ser una vía adecuada a la hora de entender las nuevas relaciones en cuanto al manejo y producción de contenidos que se están usando tanto en los medios tradicionales, como en las plataformas digitales.

De hecho, la teorización al respecto ha llevado a intensos debates en los cuales se destaca el propuesto por el ensayista británico Andrew Keen, quien parte reconociendo que en la web 2.0 hay algo de certeza en los criterios esbozados en el Marxismo. Esto concretamente deviene en la sentencia de que la creatividad es individual y la propiedad es colectiva. Además de la socialización de las herramientas de trabajo (redes sociales) para que todos estemos en condiciones iguales a la hora de aportar. No obstante, dice, que eso no deja de ser una utopía porque no todos tienen algo interesante que decir.

Luisgé Martín es un escritor español que secunda esa tesis al decir que más bien la interacción en la internet es una cosa trivial donde se copia información sin relevancia. Por lo tanto, dice, es un atentado a la cultura. Todos estos preceptos se desestiman por la periodista chilena Paz Peña Ochoa, quien es firme al sostener que más mueve el miedo de las “élites culturales” que se sienten amenazadas cuando se ponen de manifiesto más de un puñado de protagonistas en el campo de batalla de las voluntades de verdad.

¿Es posible dirimir esta discusión y saber si las propuestas marxistas encuentran su cabida en lo que se conoce hoy como interactividad en internet?

Antonio Rodríguez Lobatón, escritor del blog peruano blawyer.org parece tener la mejor respuesta. Desde su perspectiva, el hecho de que sea gratis un sitio y que dote de herramientas a



los usuarios en igual de condiciones no representa una virtud que puede enmarcarse en el socialismo. “No es lo mismo hablar de un bien común que tener cerveza gratis. No olvidemos que en muchos de estos esquemas la razón de ser del site es hacer dinero y las condiciones del servicio se diseñan para alcanzar este objetivo”.<sup>36</sup>

Con este pensamiento quiere establecer una real diferencia sin dejar de lado la posibilidad de encontrar en el internet aquellos preceptos que perseguía en el marxismo. Básicamente toma como ejemplos a Geocities, un sitio gratuito que permitía alojar páginas web. Su lógica era de mercado ya que lo que pretendía era captar audiencias para lograr vender publicidad. Es decir, por más gratuito que era, el sitio tenía una lógica capitalista. No obstante, hay ejemplos en los que sí se pueden encontrar elementos porque se considera que la generación de contenidos es un bien común. El caso más específico que denota dicha realidad es Wikipedia. Ahí, toda la comunidad tiene el deber de aportar por el simple deber de mejorar los conocimientos. No tiene una lógica de mercado ni un administrador especial. Es un sitio abierto y que lo puede gestionar cualquiera desde un lugar indeterminado.

En síntesis, es posible encontrar prácticas marxistas en las nuevas plataformas digitales. La idea es abarcar comunidades que registren un bien común y eso, generalmente, se apreciará en la construcción de medios digitales que primen la opinión de sus lectores para la generación de contenidos con la intención de aportar con nuevos conocimientos.

---

<sup>36</sup> LOBATON, Antonio, <http://www.blawyer.org/2009/09/19/memorias-de-un-pueblo-fantasma-cerveza-gratis-y-socialismo-2-0/>

Pero más allá del debate entre los conceptos teóricos esbozados a partir del marxismo es pertinente traer a colación unas reflexiones de Ignacio Ramonet, teórico de la comunicación, que las emitió en la conferencia dictada en Quito el 7 de diciembre del 2010.

Primero partió del hecho de que “no hay que confundir comunicación con información”. A partir de esa aseveración plantea distinguir bien entre medios de comunicación y empresas de información. Una vez hecha esta diferenciación abordó el tema del internet como una plataforma que podría catalogarse como medio de comunicación ya que permite la interacción entre sus usuarios. Sin embargo advierte un peligro enorme: “yo me consumo viendo toneladas de información y no me doy cuenta que me ocultan información”. Esta reflexión la hace a propósito del surgimiento de Wikileaks donde una vez más se evidencia que “la información es poder” y además nos devela el nuevo escenario en el que vivimos. Cuando se hablaba de la “guerra fría” el problema básico era la falta de información, en cambio en la actualidad hay demasiada información, pero es información que muchas de las veces resulta innecesaria para los seres humanos. Por eso su reflexión de que hoy en día tenemos toneladas de información, la misma que la leemos hasta el cansancio y decimos estar informados. A pesar de ello, la realidad es que en el mundo todavía hay información clasificada, la misma que ni nos preocupamos en indagar porque estamos ocupados consumiendo lecturas o mensajes “light” que circulan por millones en la red.

## CONCLUSIONES

- En el Ecuador ha ocurrido una revolución silenciosa que los medios periodísticos tradicionales no han sabido dimensionar ni entender: en el país ya no existe aquella brecha tecnológica de la cual antes nos quejábamos. Los números son elocuentes a la hora de mostrar aquello y hablan de que en el país ya existen más de dos millones de personas conectadas a la red. Este crecimiento de ecuatorianos conectados a la red se produjo de manera veloz en los últimos cinco años, período en el cual se multiplicó por 10 el número de usuarios.
- Si los medios periodísticos tradicionales siguen pensando que la verdad que ellos emiten a través de sus páginas es la única y la más aceptada por la sociedad, están totalmente equivocados. Como hemos manifestado, más de dos millones de ecuatorianos están conectados a internet. A eso sumemos la multiplicación efectiva que puede tener: si consideramos que la familia tipo del Ecuador consta de cuatro personas podríamos decir que de las dos millones de cuentas registradas que tienen acceso a internet se puede multiplicar por cuatro. Es decir, estamos hablando de que un mínimo de ocho millones de personas se conectan al internet, más de la mitad de la población de este país. Entonces, los ecuatorianos tienen múltiples formas de informarse y también de discernir todos los mensajes emitidos sobre un hecho en particular antes que los medios tradicionales.
- Hay un concepto erróneo que suele circular con vehemencia en los últimos meses es que con la irrupción de las nuevas tecnologías el periodismo no tiene razón de ser. Como hemos anotado en el desarrollo de la tesis, hoy más que nunca el periodista es esencial en las sociedades. El periodista tiene la misión de conversar con la sociedad para saber qué problemas tienen y qué es necesario investigar. Por eso debe retomar los conceptos básicos de comunicación en donde se plantea que debe haber retroalimentación para ir construyendo contenidos importantes y que tengan impacto.

- El internet no significa que la información ya es de todos y por ello podríamos decir que sabemos de todo. Al contrario, hoy en día existe una saturación de información, mucha de ella innecesaria, pero que sin embargo perdemos tiempo en leerla y analizarla. Por ello también es importante el periodista ya que su labor se centrará en catalogar las miles de fuentes de información que hay en internet. Para ello se deberá recurrir a las tradicionales técnicas de verificación que las ciencias de la información han emitido desde hace 100 años atrás: es decir entrevistas, reportería y demás.
  
- No hay que confundir las cosas y determinar que todo lo que se produce en las redes sociales son hechos dignos de publicación. Insisto, las técnicas del periodismo tradicional nunca han perdido vigencia y hoy más que nunca el periodista debe ser riguroso con su trabajo para no perder credibilidad. Vale recordar que en la Constitución del Ecuador se establece que para publicar una información esta debe ser veraz y verificable, caso contrario la ley se encargará de dichos medios.
  
- Los medios tradicionales impresos se encuentran en una grave crisis por no saber entender las potencialidades que ofrecen las plataformas digitales. Están perdiendo lectores de manera rápida y hasta el momento no existen medidas que les oriente a recuperar las audiencias perdidas.

## BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ, Luciano, Medios de comunicación y trampas de la democracia, Editorial Humanitas, Buenos Aires-Argentina, 1990, pp. 133.

AZNAR, Hugo, Ética y periodismo, Editorial Paidós, Barcelona - España, 1999, pp- 333.

BARTHES, Ronald, S/Z, Editorial Siglo XXI, México, 1980, pp.221.

BATESON, Hall Watzlawick y otros. La nueva comunicación.

BRIGGS, Mark, Periodismo 2.0: una guía de alfabetización digital, Knight Foundation, Texas, 2007.

BRYANT, Jennigs y ZILMAND, Dolf, Los Efectos de los medios de comunicación, Editorial Paidos, Barcelona, 1996.

CAMUS, Juan Carlos, Tienes Cinco Segundos, Chile, 2009.

CRUCIANELLI, Sandra, Herramientas Digitales para Periodistas, USA: Centro Knight para Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, 2010.

GARCIA, Néstor, Consumidores y Ciudadanos, Editorial Grijalbo, 1999.

GKP, The Media & the Information Societym, Kuala Lumpur, 2004.

HERRÁN, María Teresa, Ética para periodistas, Editorial Norma, Colombia, 2005, pp. 379.

LORETI, Damian, América Latina y Libertad de Expresión, Editorial Norma, 2005, Colombia, pp.160.

MCLUHAM, Marshall, Comprender los medios de comunicación, Paidos, 1977, pp 369.

MICHEL, Guillermo, Para leer los medios, Editorial Trillas, 1995.

MIRALLES, Ana, Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana, Grupo Editorial Norma, 2001, pp-142.

RAMONET, Ignacio, La Tiranía de la comunicación, Editorial Debate S.A., Madrid, 1998, pp 222.

SALAVERRÍA, Ramón, Manual de redacción ciberperiodística, Ediciones y Publicaciones, Sevilla: Comunicación Social, 2003.

SAN CLEMENTE, Vicenc, Crónica de una mentira anunciada, Editorial Roca, Barcelona - España, 2004, pp. 366.

TORRICO, Erick, La Tesis en Comunicación, La Paz, Bolivia, 1997, pp- 110.

VAN DIJK, Teun A., Análisis del Discurso Social y Político, Editorial Abya – Yala, Quito- Ecuador, 1999, pp. 103.

VAN DIJK, Teun A., Estructuras y funciones del discurso, Editorial Siglo XXI, 2005, pp. 218.

VAN DIJK, Teun A., La noticia como Discurso, Editorial Paidós comunicación, Barcelona - España, 1990, pp 260.

VERÓN, Eliseo, La semiosis social, Editorial Gedisa, México, 2004, pp.234.

VIRNO, Paolo, Palabras con palabras, Editorial Paidós, Buenos Aires- Argentina, 2004, pp. 264.