

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

Análisis de la agenda de contenidos digitales de la
cuenta de Twitter @Ecuavisa durante los horarios 7h00, 12h00
y 19h00, y comparación con los noticieros emitidos a las 13h00
y 20h00 por la señal abierta de televisión del 1 al 5 de junio de
2015

AUTORA:

GALLARDO GUERRA CARLA ALEJANDRA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO

TUTOR:

Mgs. Allen Panchana Macay

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Carla Alejandra Gallardo Guerra**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo**.

TUTOR

Mgs. Allen Panchana

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Mgs. Efraín Luna

Guayaquil, a los 22 del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Carla Alejandra Gallardo Guerra**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Análisis de la agenda de contenidos digitales de la cuenta de Twitter @Ecuavisa durante los horarios 7h00, 12h00 y 19h00, y comparación con los noticieros emitidos a las 13h00 y 20h00 por la señal abierta de televisión del 1 al 5 de junio de 2015** previa a la obtención del Título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

Carla Alejandra Gallardo Guerra



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Carla Alejandra Gallardo Guerra**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis de la agenda de contenidos digitales de la cuenta de Twitter @Ecuavisa durante los horarios 7h00, 12h00 y 19h00, y comparación con los noticieros emitidos a las 13h00 y 20h00 por la señal abierta de televisión del 1 al 5 de junio de 2015, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.**

Guayaquil, a los 22 del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

Carla Alejandra Gallardo Guerra

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la vida por permitirme llegar hasta este punto tan importante y que
veía tan lejano y complicado.
A mi familia por brindarme la oportunidad de crecer y convertirse en mi apoyo y
empuje.
A cada uno de mis profesores y maestros por haber forjado quien soy y por sus
infinitas enseñanzas.
Y un agradecimiento especial a mi tutor por su exigencia, por saber guiarme
hacia la excelencia.

Carla Alejandra Gallardo Guerra

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a todos quienes colaboraron durante mi etapa universitaria de alguna u otra manera. A mis colegas, compañeros de aula y amigos por el esfuerzo que hemos realizado juntos. Y a mi Puchito, por su compañía incondicional.

Carla Alejandra Gallardo Guerra

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Mgs. Allen Panchana Macay
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

PROFESOR DELEGADO

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CALIFICACIÓN

Mgs. Allen Panchana Macay

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. Planteamiento del problema.....	3
2. Formulación del problema de investigación.....	4
3. Justificación de la investigación.....	4
4. Marco institucional.....	6
5. Hipótesis o preguntas de investigación.....	7
6. Objetivos del proyecto.....	7
a) Objetivo general.....	7
b) Objetivos específicos.....	7
CAPÍTULO II.....	8
7. Antecedentes.....	8
7.1 Nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs).....	14
7.2 Redes Sociales.....	17
7.3 Twitter.....	20
CAPÍTULO III.....	24
8. Enfoque metodológico.....	24
9. Diseño de investigación.....	24
9.1 Método de investigación.....	24
9.2 Técnicas de investigación.....	24
10. Cobertura y localización.....	25
11. Actividades y tareas.....	26
11.1 Entrevistas con expertos digitales y ejecutivos del medio de comunicación.....	26
11.2 Definición de la población ecuatoriana que accede a Internet.....	26
11.3 Caracterización del público online o digital.....	27
11.4 Recopilación de tuits publicados en el perfil de @Ecuavisa del lunes 1 al viernes 5 de junio de 2015 en los horarios de la mañana (7h00), mediodía (12h00) y noche (19h00).....	28
11.5 Análisis de los contenidos difundidos por la señal abierta de televisión de Ecuavisa en los horarios estelares 13h00 y 20h00.....	40

11.6	Análisis de la interacción generada por la cuenta de Twitter del medio de comunicación a través de la plataforma online Twtrland.....	55
------	---	----

CAPÍTULO IV

12. Resultados obtenidos.....	63
13. Conclusiones.....	74
14. Recomendaciones.....	78

BIBLIOGRAFÍA.....	80
--------------------------	-----------

GLOSARIO.....	83
----------------------	-----------

ANEXOS

RESUMEN

Esta investigación tiene como objeto de estudio las agendas online y offline del medio de comunicación Ecuavisa, y para ello he analizado los contenidos de la cuenta de Twitter @Ecuavisa en los horarios de mayor tráfico y los noticieros estelares del canal de televisión.

Se han definido capítulos para desarrollar el tema planteado. El marco teórico corresponde al primer apartado, donde se delimitan aspectos a estudiar; mientras que en el siguiente capítulo corresponden los parámetros metodológicos, para culminar con los análisis y resultados obtenidos junto a las respectivas conclusiones y recomendaciones.

En cuanto a la metodología, el presente trabajo de titulación corresponde a una investigación exploratoria con enfoque mixto, tanto cualitativo como cuantitativo porque analiza los contenidos de la cuenta de Twitter @Ecuavisa y los transmitidos por la señal abierta de televisión, en cuanto a su forma y estructura; así como las cifras correspondientes a la interacción (tuits, retuits, respuestas, seguidores).

Los resultados más significativos de la investigación se fundamentan alrededor del modo en que opera cada plataforma (online y offline) del medio de comunicación, y principalmente conocer cuál es la estrategia detrás de cada acción que se lleva a cabo dentro del canal de televisión.

Palabras Clave: Comunicación. Comunicación 2.0. Redes Sociales. Twitter. Agenda online. Ecuavisa.

ABSTRACT

This research aims to study the online and offline agenda of the local media Ecuavisa, so for this I've analyzed the Twitter account (@Ecuavisa) content in the primetime and main news of the TV channel.

I've define some scenarios to develop the planted subject. The theory settings corresponds to the first headland, where the study aspects are delimited, while in the next chapter correspond the methodological parameters, in order to finish with the obtained analysis and results with its conclusions and recommendations.

About the methodology, this titulation's work correspond an exploratory research with mix focus, both qualitative and quantitative, because it analyzes the content of Ecuavisa Twitter account and the transmission on regular TV signal in shape and structure, as well as the figure about engagement (tweets, RT's, replies and followers).

The most significant results around the way that each platform works (online and offline) in the tv network, and primarily recognized what's the strategy behind each action that has been carried on inside the TV channel.

Key Words: Communication. Communication 2.0. Social networks. Twitter. Online agenda. Ecuavisa.

INTRODUCCIÓN

Los modos de hacer periodismo se encuentran en constante avance y renovación. Los medios de comunicación, si bien no han dejado de ser las fuentes fidedignas y confiables para la audiencia, sí han cambiado su manera de operar, puesto que han adoptado las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTICs), logrando así la difusión de contenidos *online* a través de Internet y de las redes sociales, sin dejar de lado la forma tradicional u *offline*; transformando el proceso comunicativo en una vía con dos perspectivas paralelas.

Periódicos, revistas y canales de televisión han cambiado notablemente su actitud respecto a la web (...) sus versiones en línea han creado un tipo de estilo y lenguaje propios pensados para satisfacer las demandas de los nuevos usuarios en línea. (Rodríguez-Martínez, Codina, Pedraza-Jiménez, 2010, p. 36)

Esta afirmación supone el objeto de estudio del presente proyecto de investigación. Y es que es un reto aquello que propone el ciberperiodismo.

Se entiende por «cibermedio» el proceso que va de un productor-emisor de contenidos y servicios informativos mediante estrategias y técnicas periodísticas específicas y adecuadas a las exigencias de la plataforma Internet y con la potencialidad incorporada por ésta como el uso integrado de varios sistemas expresivos: escrito, gráfico, icónico, auditivo, audiovisual y multimedia, hasta llegar a unos usuarios que pueden seguir, manejar o producir otras informaciones y entablar diálogo o intercambiarse los papeles con el emisor. (Cebrián, 2009, p. 16)

La incorporación de sitios *web* y redes sociales a los medios de comunicación no consiste solamente en actualizar las plataformas digitales. Implica la responsabilidad de mantener identidad en la marca y fidelizar su público (*offline*, *online* o mixto).

Supone una tarea que va más allá: luego de haber estudiado al público (edad, géneros, gustos e intereses) al que dirigen sus contenidos, y haber evidenciado qué tendencias existen en la red, se debe tratar de compaginar las noticias que se tratan, en este caso, en el canal de televisión para conservar unidad en el estilo. Esta característica le brindará confianza al lector y, a su vez, interacción y crecimiento en la audiencia.

En ese contexto, Marcos Palacios expresa que “más importante que la multiplicación de las publicaciones digitales es su consolidación cualitativa en el mercado de los medios. Las empresas de comunicación entienden ya internet como un factor estratégico para su futuro” (Palacios, Díaz, 2009, p. 15).

Se trata de configurar un entramado de características propias del medio de comunicación a través de los contenidos digitales. En Ecuador, las estrategias comunicacionales en cuanto al uso de redes sociales se encuentran en proceso de prueba-error, estudiando qué le agrada más al lector.

Bajo esta premisa, se plantea el análisis de una semana laboral de las plataformas *online* y *offline* de Ecuavisa en sus horarios principales con el fin de evidenciar la estrategia conjunta para la difusión de contenidos.

La recopilación y comparación de los datos de los noticieros de 13h00 y 20h00 (agenda *offline*) y de la cuenta @Ecuavisa en *Twitter* en los horarios 7h00, 12h00 y 19h00 (agenda *online*) determinarán la sinergia entre ambas, las características principales de la plataforma digital y el tratamiento que se otorga a cada tema.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del hecho científico o situación problemática.

A partir del surgimiento de las redes sociales, la comunicación se ha trastocado. Los medios de comunicación a nivel nacional e internacional han optado por el uso de plataformas *web* para difundir contenidos noticiosos debido a la inmediatez y constante actualización de la información. Los usuarios, por su parte y cada vez más, demandan rapidez y brevedad en el consumo de noticias.

Ecuavisa, el canal de televisión en base al que se realiza el estudio, no es la excepción. Hasta agosto de 2015 tiene presencia en *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* y *YouTube*, según la información proporcionada por su página *web* (www.ecuavisa.com). Los mencionados sitios *online* son promocionados continuamente a través del canal de televisión, bajo consignas como: “los temas de interés se actualizan minuto a minuto en ecuavisa.com, con noticias de Ecuador y el resto del mundo” o, “siempre actualizadas, siempre listas las informaciones de mayor interés en nuestra página *web* ecuavisa.com”¹.

Twitter es un servicio de *microblogging* que permite a los usuarios enviar y publicar mensajes cortos con un límite de 140 caracteres y es usado para diferentes fines comunicativos y de entretenimiento (...) Esta red social es hoy por hoy considerada el sistema de *microblogging* más usado en el mundo y (...) el más importante para el manejo de información por su inmediatez. (Tarazona, Ruiz, 2012, p. 104)

Y en Ecuador, la investigación realizada por la firma internacional de comunicación Llorente y Cuenca revela que Ecuavisa es el medio de

¹ Frases tomadas de los noticieros de 13H00 y 20H00 del lunes 1 de junio de 2015.

comunicación más influyente en este aspecto durante 2014. (Llorente y Cuenca, 2014)

La importancia del estudio radica, además de los dos parámetros mencionados, en el aumento de la conectividad a Internet por parte de los usuarios en Ecuador. Según datos recogidos en la *Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo* (2013) por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el 28,3 % de los hogares a nivel nacional cuenta con acceso a Internet, 16,5 puntos más que en 2010². Y el 32 % de los usuarios utiliza esta plataforma como fuente de información (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013, p. 7-17).

2. Formulación del problema de investigación.

¿Cuáles son las características principales de los contenidos que se transmiten por la señal televisiva de Ecuavisa y en qué se diferencian con los contenidos digitales de su cuenta de Twitter?

3. Justificación de la investigación.

El proyecto se emprende como una necesidad de demostrar el abismo que existe entre las plataformas *online* y *offline* del medio de comunicación Ecuavisa, que -a pesar de poseer un mismo fin (informar)- difunden contenidos muy distintos a diversos públicos.

Respecto a este tema, Juan Marín manifiesta que “con la implementación de los sistemas digitales y las nuevas tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación tradicionales” (Jódar, 2010, p. 5).

² Se solicitó mayor información sobre la muestra de datos y explicación respecto a las cifras, sin obtener respuestas de la entidad encargada.

En ese sentido, encontramos los contenidos transmitidos por la señal abierta del canal de televisión (*offline*) y por otro lado, los contenidos digitales (*online*). Cabe recalcar que ambos tipos de información no poseen la misma estructura pues responden a públicos distintos, no es lo mismo hacer información para la audiencia de la TV que para la audiencia *online*.

En la Web 2.0 el usuario abandona su rol pasivo frente a los contenidos y se lanza a la red para aportar y compartir lo propio (...) toma el papel protagónico y participa activamente aportando información que comparte con el resto de la comunidad (...) los límites se desdibujan y superponen. Un mismo usuario es receptor y emisor de contenidos al mismo tiempo. (Zanoni, 2008, p. 21-29)

Sin embargo, la estrategia digital que plantea @Ecuavisa no coincide con la agenda noticiosa del canal. Y es en ese aspecto en el que se centra la investigación. Específicamente en los tuits colgados en la cuenta de medio, evidenciando el modo en que intenta llegar a su público.

La premisa principal es que entre ambas agendas se tejen estrategias paralelas y no en conjunto. Por lo tanto, no se refleja sinergia entre ellas ni sus públicos.

La (aparente) estrategia *online* que se difunde se basa netamente en el *marketing*. Dentro de la pantalla de televisión, lo único relacionado con la *web* es la publicidad al sitio *online* (no a las redes sociales). Pero, en cuanto a nuestro objeto de estudio, los contenidos, no existe tal convergencia.

El aporte se basa en la idea de evidenciar las falencias del medio de comunicación en cuanto al manejo de contenidos y la falta de pautas específicas para la producción de contenidos de calidad en *web*. Estableciendo como parámetro principal que la red social sea una extensión del canal y no un ente individual, es decir, que continúe con el estilo e ideas propias del medio.

El objeto de estudio se delimitó de la siguiente manera: una semana laboral completa, esta debía ser regular, sin sobresaltos (como por ejemplo: fenómenos naturales, actividades fuera de agenda, entre otros) tanto para el análisis *online* como para los noticieros Televistazo.

La semana seleccionada fue del lunes 1 al viernes 5 de junio de 2015. En cuanto a los contenidos *offline*, se recopilaron los noticieros de mayor audiencia: 13h00 y 20h00. Este último además, es el noticiero estelar por situarse en la franja de contenidos AAA o *prime time*, período en el que el canal cuenta con mayor cantidad de televisores encendidos, según afirma la analista de audiencias de Ecuavisa, Clara Bograd.

Y respecto a los tuits colgados en la plataforma digital, se seleccionaron de acuerdo a los criterios impartidos por la periodista digital Susana Morán acerca de los hábitos consumo de las audiencias.

...los expertos dicen que básicamente debe ser entre las 7h00 a 9h00, que la gente está en la calle revisando las últimas informaciones antes de ingresar a su trabajo, en la hora del almuerzo que se vuelven a conectar para revisar qué ha pasado durante el día (de 12h00 a 14h00) y en la noche es el horario más concurrido. Muchos dicen que el mejor para poder difundir y viralizar cosas, a partir de las 19h00 (hasta las 22h00) la gente se conecta a distintos dispositivos móviles para revisar la información del día y ver qué está pasando. (Morán, 2015)

Por ello, los horarios que se estudiaron fueron tres principales: de 7h00 a 9h00, de 12h00 a 14h00 y de 19h00 a 22h00, al manifestar que dentro de éstos se genera (o debería de generarse) mayor interacción con los usuarios digitales.

4. Marco Institucional - Líneas de investigación.

- a. Ciudadanía, medios y veeduría social.
- b. Estudio de construcción discursiva y recepción.
- c. Conformación y Gestión de medios Públicos, privados y comunitarios.

- d. Educación en convergencia de medios.
- e. Formas literarias contemporáneas.
- f. Hermenéutica y teoría literaria latinoamericana.
- g. Comunicación interpersonal, grupal, organizacional y mediático.

5. Hipótesis o Preguntas de investigación.

La plataforma online y offline no mantienen unidad respecto a los contenidos que difunden, no existe una estrategia sinérgica entre ambas y, por ende, la táctica comunicacional empleada en el medio digital no es viable.

6. Objetivos del proyecto.

a) Objetivo general

Analizar la agenda de contenidos de las plataformas online y offline del medio de comunicación Ecuavisa de lunes a viernes durante una semana para evidenciar si existe o no confluencia entre ambas.

b) Objetivos específicos

- Revisar los noticieros de 13H00 y 20H00 transmitidos por la señal abierta de Ecuavisa, examinando los temas presentados.
- Revisar los contenidos digitales colgados en la cuenta de Twitter @Ecuavisa.
- Comparar ambas plataformas, visualizar semejanzas y diferencias.

CAPÍTULO II

7. Antecedentes

La presencia de los medios de comunicación en redes sociales a nivel mundial ha crecido notablemente, vinculando a personas, ideas y actividades.

En España, la red social más utilizada por los periodistas para compartir información es *Twitter*, según el estudio *Join The Conversation: cómo están usando Twitter los periodistas españoles* realizado por “profesores del colectivo LABàPART (The Medium is the Lab), un laboratorio permanente de la UC3M de comunicación y social media” (Universidad Carlos III de Madrid, 2011).

Los periodistas usan asiduamente esta herramienta para publicar y distribuir información (95%), identificar tendencias (86%), buscar información (82%), 'viralizar' información de sus propios medios de comunicación (82%) o fidelizar a los usuarios (78%). Sin embargo, sólo un 25% de los encuestados dice utilizarla para realizar periodismo de investigación. (Universidad Carlos III de Madrid, 2011)

En América Latina, varias investigaciones analizaron “cómo utilizan las webs sociales veintisiete medios informativos de Argentina, Colombia, México, Perú, Portugal, España y Venezuela” (García-De-Torres, Yezers'ka, Rost, Calderín, Edo, Rojano, Said-Hung, Jerónimo, Arcila, Serrano-Tellería, Sánchez-Badillo, Corredoira, 2011, p. 2).

Se aprecia en los últimos años no sólo [sic] un aumento de la incorporación de herramientas 2.0 en las webs de los medios informativos, sino también nuevas oportunidades para el diálogo de la mano de los medios sociales (...) hablamos de un conjunto de aplicaciones, principalmente blogs, micro-blogs, proyectos colaborativos o comunidades de contenidos que facilitan la conversación abierta y dan paso al denominado *open journalism*. (García-De-Torres et al., 2011, p. 612)

El *microblogging* mencionado tiene un “perfil más conversacional”, a diferencia de *Facebook* que se trata de una herramienta destinada básicamente a la promoción de contenidos. Sin embargo, ambos se han consolidado como “fuente informativa; los medios valoran en alta medida su capacidad para proporcionar alertas y exclusivas y se emplean proactivamente en la obtención de imágenes e información adicional, así como en situaciones que afectan a un número alto de usuarios” (p. 8).

Para el caso Ecuador, hace poco más de un año, el responsable de operaciones de ventas de *Twitter* para Latinoamérica dio a conocer una cifra aproximada del número oficial de usuarios del *microblogging*. El periodista Christian Espinosa postea en su blog la nota en la que menciona que “contar con estadísticas de Twitter en Ecuador normalmente es muy difícil y más aún cifras oficiales. Twitter tiene como política no dar cifras exactas de sus seguidores no solo locales, sino de Latinoamérica y el Mundo” (Espinosa, 2014).

“No puedo decirles el dato exacto, pero Ecuador ha superado el millón de usuarios” (Carpentter, citado por Espinosa, 2014).

La cobertura de la revuelta policial del 30-S³, en 2010, dio lugar al despunte de Twitter en Ecuador. Desde entonces, el crecimiento de la red social ha ido en aumento, igualando e incluso superando el porcentaje de búsqueda con los principales diarios del país (Espinosa, 2014).

Cabe indicar que las cuentas de *Twitter* de los medios de comunicación más consultados por los ecuatorianos superan los 500 mil seguidores, destacándose

³ Calificado por el Gobierno Nacional del Ecuador y la Organización de las Naciones Unidas como intento de golpe de Estado para desestabilizar la Presidencia. El saldo fueron 10 fallecidos y 300 heridos según versiones oficiales. Agencia Andes <http://www.andes.info.ec/es/noticias/dos-audiencias-intento-golpe-estado-ecuador-registraron-este-lunes.html>

los siguientes: Ecuavisa (1.355.012), Teleamazonas (1.145.892), El Universo (866.625), El Comercio (640.230), hasta la presente fecha.⁴

Respecto a la incursión del canal en la red, “en 1997, lanza su página *web* centrada, sobretodo, en un sitio institucional que no generaba contenido de su programación” (Carofilis, 2014, p. 38).

Al cumplir 40 años de fundación, en 2007, Ecuavisa optó por impulsar su página web y destacó las producciones nacionales del canal, así como información de entretenimiento vinculada a la programación. (...) Ya en 2009, la meta de Ecuavisa.com fue incursionar oficialmente en las redes sociales, principalmente en Facebook y Twitter. (p. 39)

Según el análisis realizado por la consultora de comunicación Llorente y Cuenca, hasta 2014 el canal de televisión Ecuavisa se ubicó en primer lugar entre los medios de comunicación con mayor influencia en Internet, con 89.4 puntos; por encima de diario El Universo, con 83.2 puntos y en tercer lugar aparece diario El Comercio con 76.9 puntos, como se aprecia en la gráfica.

⁴ Cifras tomadas el 18 de junio de 2015 directamente de las cuentas mencionadas.

Posición 2014	Posición 2013	Nombre	Descripción	Índice de influencia	Variación del índice
1	1	<u>Ecuavisa</u>	Televisión	89.40	18 ↑
2	2	<u>El Universo</u>	Prensa escrita	83.20	14 ↑
3	4	<u>El Comercio</u>	Prensa escrita	76.88	9 ↑
4	3	<u>Teleamazonas</u>	Televisión	74.60	6 ↑
5	10	<u>Tc Televisión</u>	Televisión	72.88	19 ↑
6	5	<u>El Telégrafo</u>	Prensa escrita	70.00	11 ↑
7	8	<u>El Ciudadano</u>	Portal de noticias web	60.80	5 ↑
8	9	<u>Vistazo</u>	Revista	57.80	3 ↑
9	42	<u>Radio Pública Ecuador</u>	Radio	54.60	27 ↑
10	6	<u>La Hora</u>	Prensa escrita	53.60	-2 ↓
11	25	<u>Ecuador inmediato</u>	Portal de noticias web	51.60	12 ↑
12	12	<u>El Tiempo</u>	Diario	50.74	-1 ↓
13	11	<u>El Mercurio</u>	Prensa escrita	49.74	-2 ↓
14	23	<u>ANDES</u>	Agencia de noticias -	49.50	8 ↑

Figura 1. Mapa de poder en la red. Influyentes online en Ecuador. (Llorente y Cuenca, 2014).

De acuerdo a las cifras, las cuentas en *Twitter* de los medios de comunicación tienen gran acogida por los usuarios, quienes demuestran su interés en los contenidos noticiosos difundidos en la plataforma.

En relación a la encuesta Wave 7, realizada por la firma UM Curiosity Works, a inicios de 2014 en 54 países del mundo, se recogieron datos de al menos 1000 millones de usuarios de Internet "...el crecimiento en el uso de la red mundial ha sido significativo en relación a años pasados" (El Comercio, 2014).

Para el caso Ecuador, según el Ministerio de Telecomunicaciones, durante 2013, 66 de cada 100 usuarios usaron Internet. En comparación a la cifra obtenida en 2006 (6 de cada 100 personas), se trata de un valor 11 veces mayor⁵. Las redes sociales son las plataformas que más utilizan los ecuatorianos, lideradas por *Facebook* (El Comercio, 2014).

Además, refiere que actualmente la conectividad funciona en relación al esquema '*always on*/siempre disponible' de los consumidores. Nuestro país mejoró su posicionamiento en el Índice de Disponibilidad de Tecnología (NRI) en red, ocupando el puesto 82 entre 144 países estudiados, según Telecomunicaciones (El Comercio, 2014).

Hasta marzo de 2015, el número de usuarios en Ecuador que tiene acceso a Internet supera los 14 millones, de acuerdo a la información recogida por la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones.

⁵ Se solicitó mayor información sobre la muestra de datos y explicación respecto a las cifras, sin obtener respuestas de la entidad encargada.

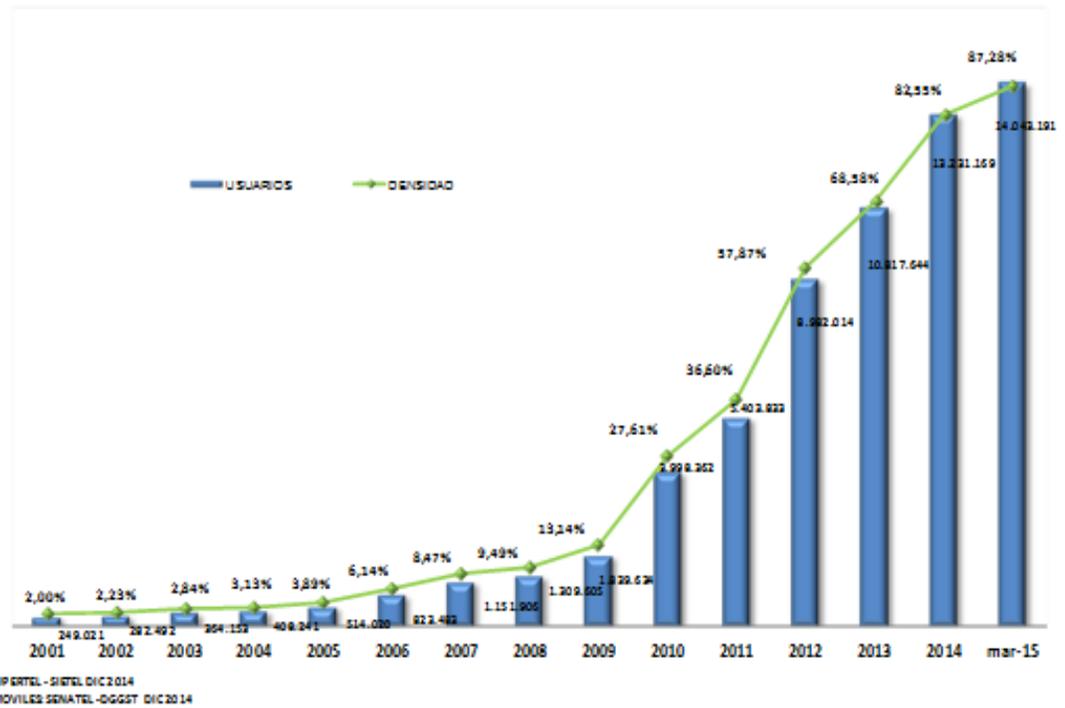


Figura 2. Estadísticas de Internet Abril 2015. (Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, 2015)

7.1 Nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs)

Son tantas las definiciones como el número de NTICs en la actualidad. Las tecnologías de información y comunicación son instrumentos técnicos que inciden en las ciencias que involucran al ser humano. Y es que, estas nuevas formas de acceder, generar y transmitir la información se han vuelto imprescindibles en el desarrollo social.

Es indudable que el progreso en la informática y la INTERNET, han sido factores que han hecho posible también globalizar a la educación, a través de las denominadas 'Nuevas tecnologías de la comunicación' (...) las exigencias de la Globalización, junto con las posibilidades tecnológicas, tuvieron entre tantas consecuencias, una nueva 'forma' de educar. (Acosta, 2004, p. 7)

No solo la comunicación se ha modernizado, la pedagogía en centros educativos también se ha trastocado, como señala María Acosta; pues además de que los niños ya nacen con la tecnología a su alcance, la viven desde sus primeros años y su manejo es casi un deber; la sociedad del conocimiento (término de Julio Cabero), se articula precisamente alrededor de las NTICs, abarcando todos los sectores y exigiendo su uso constante.

Una de las TIC que ha recibido la mayor atención en el último tiempo es Internet. En rigor, Internet es bastante más que una plataforma tecnológica para el intercambio de información. (Tello, 2008, p. 2)

El Internet es el artífice de la revolución de la tecnología de la información, como puntualiza Edgar Tello. Tanto por su acceso libre, ilimitado, continuo como por la vasta exposición de contenidos que encierra, permitiendo a cualquier usuario con este servicio en computadoras, (hasta hace algunos años) móviles, tabletas, entre otros (en la actualidad) acceder y navegar infinitamente por este universo de información.

Sus efectos y alcance, no sólo se sitúan en el terreno de la información y

comunicación, sino que lo sobrepasan para llegar a provocar y proponer cambios en la estructura social, económica, laboral, jurídica y política. Y ello es debido a que no sólo se centran en la captación de la información, sino también, y es lo verdaderamente significativo, a las posibilidades que tienen para manipularla, almacenarla y distribuirla. (Cabero, 1994, p. 14)

Las NTICs no solo pretenden difundir la información, dar a conocer un hecho de formas más efectivas; sino que buscan que la sociedad no pueda funcionar sin las mismas. Y, no solo centran su impacto en las ciencias de la comunicación ni solo en las ciencias sociales, van más allá como añade el profesor de la Universidad de Sevilla; persiguen todos los campos desde distintos métodos para llegar a sus consumidores. Es un recurso tan ambicioso que no tiene límites, puesto que se redescubre todos los días.

Sin lugar a dudas, estas denominadas nuevas tecnologías (NT) crean nuevos entornos, tanto humanos como artificiales, de comunicación no conocidos hasta la actualidad, y establecen nuevas formas de interacción de los usuarios con las máquinas donde uno y otra desempeñan roles diferentes, a los clásicos de receptor y transmisor de información, y el conocimiento contextualizado se construye en la interacción que sujeto y máquina establezcan. (p. 14)

Debido a que la comunicación deviene mediatizada por distintos dispositivos electrónicos, el escenario donde se desarrolla el intercambio de información es artificial, efímero, impalpable. Los roles de emisor y receptor pueden incluso fusionarse, intercambiarse y organizarse de acuerdo a las posibilidades que existan entre ambos, puesto que el contexto que los envuelve es desconocido.

La incorporación de las nuevas tecnologías ha dado lugar a la aparición de nuevos códigos y lenguajes que, a su vez, han generado nuevas necesidades de alfabetización. Las nuevas tecnologías conllevan capacidades expresivas que permiten generar nuevos mensajes sin utilizar referentes externos y modificar el proceso de creación de un medio comunicativo. (Meneses, 2007, pp. 74-75)

La proliferación de las NTICs ha originado la concepción de nuevos métodos y

formas de exponer contenidos en todos los posibles espacios mediáticos, donde se desarrolla el proceso comunicativo, como manifiesta Gerardo Meneses. Este fenómeno conlleva a la revaloración de códigos y lenguaje empleado por los usuarios.

La brecha digital (digital divide) es probablemente uno de los primeros conceptos con que se inicia la reflexión alrededor del tema del impacto social de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Desde entonces se percibe que estas tecnologías van a producir diferencias en las oportunidades de desarrollo de las poblaciones y que se establecerá una distancia entre las que tienen y las que no tienen acceso a las mismas. (Tello, 2008, p. 2)

Así como facilitan el acceso a la información y benefician a quienes pueden utilizarlas, por aquello de acercar espacios entre individuos o instituciones que se encuentran a grandes distancias geográficas, también es cierto que separan a quienes están próximos físicamente. En referencia a la definición de brecha digital sobre la que reflexiona el autor, quienes no pueden acceder a las tecnologías de la información se van quedando varios pasos detrás de quienes sí lo hacen, lo cual les resta oportunidades en múltiples sentidos.

Nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs) es un término que encierra los métodos para establecer, recoger, intercambiar y procesar información en todas las formas posibles: datos, audio, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y demás, incluso aquellas que están por emerger. Es un campo que está en constante actualización, que se construye y reconstruye y que marca nuevos escenarios para las audiencias.

7.2 Redes Sociales

Las redes sociales son espacios de interacción virtual que se generan en la plataforma de Internet, permitiendo a los usuarios compartir determinados contenidos con su(s) comunidad(es), de acuerdo a sus intereses.

En el artículo Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales, se afirma que estas “se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro” (Campos, 2008).

Las grandes comunidades que forman parte de las redes sociales, les permiten tener un lugar preponderante dentro de la sociedad, convirtiéndolas en herramientas imprescindibles. Esto, gracias a la continua interacción que se genera a partir de la publicación de comentarios y al acelerado incremento de usuarios, como refiere el especialista.

En el reciente libro Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo, se especifica que “las redes tienen sus propias reglas (...) suponen una nueva forma de comunicación entendida como un intercambio dinámico entre personas, grupos, e instituciones u organizaciones, en contextos de complejidad, tal y como es Internet” (Cabezuelo, 2013, p. 127).

Según menciona el autor, las relaciones que se originan desde las redes sociales son tan volátiles y efímeras como la misma herramienta. El contacto virtual que existe entre quienes forman parte del proceso comunicativo, es tan múltiple como incierto. No solo podría significar amistad, también se inclinaría hacia actividades relacionadas con negocios, simple obtención de información,

entre otros aspectos.

Los medios de comunicación (...) deben desarrollar (...) una serie de estrategias promocionales dentro de esas redes (...) el objetivo sigue siendo (...) tener presencia en la Red de estos segmentos de población, (...) la tecnología no hace más que reforzar o potenciar la estrategia propia de las redes informales. (Flores, 2009, p. 77)

Como explica el profesor de Ciberperiodismo, las redes sociales se convierten (también) en soportes donde los medios de comunicación se promocionan a sí mismos y a sus contenidos, vendiendo determinada información que pretende formar parte de temas de interés y estableciéndose en comunidades para tratar de llegar a los usuarios, quienes a su vez las valoran y jerarquizan.

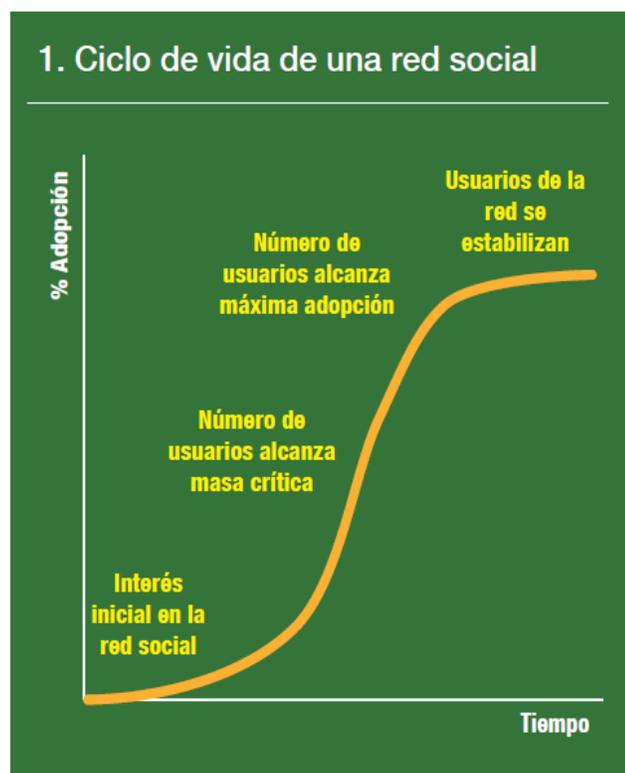


Figura 2. Curvas en S. (Katz, Chrousos, Wu, 2008, p. 3)

Tal como se observa en la gráfica, la instauración de una red social supone la venta y publicidad de la misma con el fin de generar y conseguir interés de los usuarios, para así poder alcanzar cierto número de cuentas afines. A pesar de que estas no determinen su valor, sí le permitirán tener mayor alcance y posteriormente, apropiación del espacio y estabilización, donde se cumple su ciclo.

Las redes sociales, como plataformas de distribución de contenidos que son, generan su actividad y buena parte de su flujo de contenidos en base a la economía de la colaboración y contraprestación gratuita de los usuarios, sin apenas filtrado ni selección. (Campos, 2008, p. 284)

La relación usuario-red es bilateral y dependiente, pues sin la otra parte, no sería posible su presencia, además se enriquecen mutuamente como argumenta el docente de la Universidad de Santiago de Compostela de España. El alimento diario, constante e imparable de las redes es la continua interacción generada por los usuarios, quienes a través de la actividad que realizan, permiten que los contenidos fluyan por la Internet de manera inmediata y dinámica.

El modelo de Internet (...) se basa en la venta de publicidad. Las redes sociales pretenden ampliar este potencial de generación de ingresos mediante el análisis de comportamiento de los usuarios de la red para identificar sub-segmentos de mercado, sus gustos y necesidades (...) buscan también (...) la creación de mercados en línea y la venta de información sobre sus usuarios a negocios interesados en establecer relaciones profesionales. (Katz et al., 2008, p. 1)

El perfil general que mantienen las redes sociales respecto a la generación de ingresos, se maneja mediante estrategias de publicidad que buscan vender ciertas características de mercado a determinadas empresas, con el fin de solventar gastos; sin embargo, se expone en la nota La sobrevaloración de las redes sociales en Internet que plataformas como LinkedIn se encargan también de comercializar la información profesional de sus usuarios a sectores más

específicos.

Los espacios de aproximación entre individuos que pertenecen a determinadas comunidades y que convergen de acuerdo a sus intereses comunes, se conciben como nuevas tendencias de comunicación social, que han supuesto la reinención y reestructuración de los procesos comunicativos.

7.3 Twitter

Twitter es la red social que funciona como un blog, pero a diferencia de estos, se caracteriza por la publicación de breves entradas de texto. Además, se identifica por la constante actualización de contenidos y la agrupación de los mismos mediante *hashtags* o etiquetas, que facilitan la búsqueda de información al usuario.

Twitter es un servicio de microblogging que permite a los usuarios enviar y publicar mensajes cortos con un límite de 140 caracteres y es usado para diferentes fines comunicativos y de entretenimiento (...) Esta red social es hoy por hoy considerada el sistema de microblogging más usado en el mundo y (...) el más importante para el manejo de información por su inmediatez. (Tarazona et al., 2012, p. 104)

Cada vez son más las figuras públicas que se unen a Twitter con el fin de mantener mayor contacto con la audiencia y/o auto-promocionarse; asimismo, los medios de comunicación se han contagiado de este fenómeno tecnológico, pues encuentran en esta plataforma útiles herramientas para informar como: la posibilidad de subir gran número de contenidos, adjuntar enlaces, añadir gráficos, ubicación y retroalimentar la información gracias a la velocidad con que se actualiza y a la gran cantidad de comentarios vertidos en la red, características que se resaltan en el artículo citado.

Twitter da más y pide menos que otras redes sociales. Es más fácil de actualizar, de seguir y de leer que los blogs. No en vano, responde a la inmediatez: uno de los valores que se percibe como clave en la

actualidad, derivado sin duda de cambios estructurales importantes en lo que respecta a cómo se entiende y se va a entender la socialización en un futuro y, en definitiva, la comunicación entre personas. (Muriel, 2008, p. 58)

Tal como sintetiza el Vicepresidente Corporativo de *Tuenti* (la red social más importante de España), la comunicación actual responde a dos parámetros principales: rapidez y brevedad, características que ofrece *Twitter* y que sin duda, le otorgan la popularidad que ha ganado a lo largo de los años entre los usuarios.

En el artículo *El Twitter: Una poderosa herramienta política*, se corrobora esta afirmación, añadiendo que este recurso [...] “hoy por hoy es un canal de comunicación que permite la inmediatez y facilita la comunicación entre las figuras públicas (...) y la sociedad a la que quieren acercarse para llegar al poder, ya sea político, social o económico” (Tarazona et al., 2012, p. 111).

Como refieren Tarazona y Ruiz, gracias a esta plataforma la comunicación con personajes que se creían inalcanzables se ha facilitado, así como también, se ha logrado agilizar el acceso a todo tipo de información desde cualquier dispositivo que cuente con Internet.

Es cada vez muchas más cosas: es, a la a vez, una herramienta de broadcasting, una herramienta de conversaciones y conferencias, un sistema de alertas, etc. Muchísimos medios ‘tradicionales’ utilizan ya *Twitter* para enviar titulares y links a noticias, pero se olvidan de la parte más importante e interesante (...) de las redes sociales: la conversación interactiva y el feedback de sus lectores. (Muriel, 2008, p. 59)

Twitter se establece como un sistema de información debido a que los medios de comunicación utilizan cada vez más este servicio, enuncia el experto en Telecomunicaciones, permitiendo así que cualquier usuario comparta sus contenidos y estos se difundan entre la audiencia de manera más rápida que de la forma tradicional.

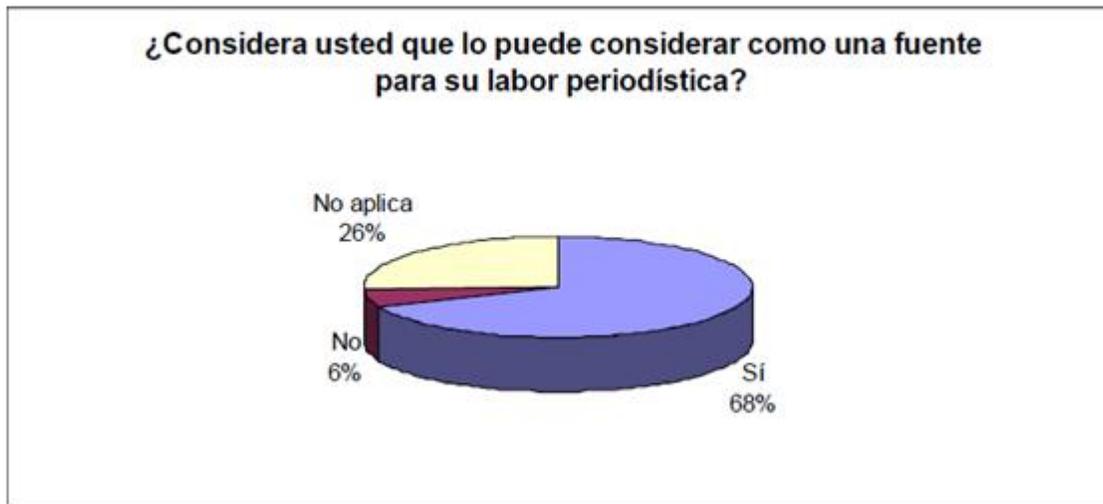


Figura 3. Twitter como fuente periodística. (Cobos, 2010, p. 77)

La gráfica ratifica lo mencionado anteriormente, demostrando que más de la mitad del número de periodistas encuestados por la autora de la investigación (realizada en América Latina hispanoparlante) consideran que *Twitter* sirve como fuente para su labor periodística. Aquello demuestra la acogida con la que cuenta la red social no solo entre la audiencia en general sino entre profesionales de información.

El *Twitter* aparece como una herramienta de comunicación directa de crecimiento hoy descomunal, (...) y como es previsible se constituye en una caja de resonancia de y en la vida social, cultural, política y económica de un país (...) como modo generativo de comunicación, habría que preguntarse si realmente es para producir un traspaso de genuina información veraz, conducente a una genuina comunicación, o sólo se trata de otro entretenimiento virtual que ocupa el tiempo ocioso y no tan ocioso de la gente. (Fainholc, 2011, p. 7)

La importancia que refleja *Twitter* realmente se debe a la inmediatez con que se publican contenidos, que no necesariamente garantizan ser verificados. La inquietud que se plantea la docente de la Universidad Nacional de la Plata se extiende hasta este proyecto de investigación, pues lo único evidente es que

existe gran cantidad de información, y no que esta sea de calidad.

Twitter se consolida (hasta el momento) como medio de participación y vinculación de los usuarios con temas, personajes e información en general de interés y como un sitio que permite compartir y socializar opiniones y gustos comunes.

CAPÍTULO III

8. Enfoque metodológico (cualitativo/cuantitativo/mixto)

El enfoque del trabajo de titulación es mixto, tanto cualitativo como cuantitativo porque analiza los contenidos de la cuenta de *Twitter* @Ecuavisa y los transmitidos por la señal abierta de televisión, en cuanto a su forma y estructura; así como las cifras correspondientes a la interacción (tuits, retuits, respuestas, seguidores).

9. Diseño de investigación

Esta investigación no procede a seleccionar población y muestra; su estudio se basa en el análisis del objeto de estudio en un momento específico de acuerdo a los parámetros planteados, describiendo la problemática del tratamiento distante de contenidos noticiosos entre la plataforma digital y el medio tradicional.

A través de este diseño se pretende observar las variables en su ambiente natural, con el fin de conocer su estado, analizar sus características e indagar en su comportamiento.

9.1 Método de Investigación

El método de esta investigación es Positivista porque su tendencia se inclina hacia la observación y documentación del objeto de estudio para su justificación.

9.2 Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación son instrumentos y procedimientos que se utilizan para acceder al objeto de estudio; por ello, es vital su correcta elección y aplicación, procesos que se determinan a través de las necesidades de la

investigación.

Su utilización es imprescindible, además, pues se manifiestan como evidencia de la integración entre la estructura por medio de la cual se organiza la investigación y los objetivos planteados; ya que al ordenar las etapas del estudio y aportar con instrumentos para manejar la información, permiten un control de los datos y orientación de la obtención de resultados.

Las técnicas seleccionadas son:

- **Investigación bibliográfica:**

La búsqueda de información en libros, revistas y artículos científicos permitió aclarar los alcances del objeto de estudio, conocer el tema a profundidad, explorar contenidos referentes al problema de investigación, indagar sobre las perspectivas ya abordadas y fue la técnica utilizada para construir el marco teórico basado en nuevas estrategias que utilizan los medios de comunicación, durante la era digital.

- **Investigación documental:**

Al basarse en la unidad de observación, que es el núcleo de la investigación, se revisaron antecedentes respecto al uso de Twitter como fuente de información por los medios de comunicación, planteamientos sobre herramientas digitales y formatos que se emplean en el nuevo periodismo.

- **Entrevista:**

Mediante esta técnica, se pretende averiguar y profundizar con especialistas en la materia y directivos de la empresa mayor información acerca del tema planteado y el objeto de estudio.

10. Cobertura y localización

El proyecto de investigación se desarrolla en la ciudad de Guayaquil, en torno al medio de comunicación Ecuavisa, que cuenta con cobertura nacional. El

estudio va dirigido, principalmente a comunicadores sociales, *community managers*, especialistas y estudiantes de periodismo.

11. Actividades y tareas

Las actividades que se han realizado corresponden tanto a la sustentación del objeto de estudio en base a la importancia de la investigación del fenómeno como al análisis de las plataformas *online* y *offline* del medio de comunicación citado, además de la medición del alcance de los contenidos difundidos mediante la pantalla de televisión y la cuenta de *Twitter*.

11.1 Entrevistas con expertos digitales y ejecutivos del medio de comunicación

Las entrevistas con Christian Espinoza, periodista y profesor de nuevos medios, autor de la página web www.coberturadigital.com y con Susana Morán, periodista digital, ex coordinadora web de diario El Comercio se realizaron con el fin de obtener una opinión experta respecto a la situación planteada: agendas paralelas de contenidos (*online* y *offline*), además de profundizar conocimientos acerca de horarios, públicos, estrategias y manejo de información en redes sociales.

Mientras que, las entrevistas con Clara Bograd y Alfredo Viteri, ejecutivos de Ecuavisa, se desarrollaron para conocer detalles respecto a los objetivos del medio de comunicación, estrategias planteadas y metodología puesta en marcha. De tal manera, se obtuvieron cifras y datos específicos acerca de las audiencias *offline* del canal televisivo y el funcionamiento del departamento *web* y manejo de los contenidos digitales.

11.2 Definición de la población ecuatoriana que accede a Internet

El primer paso para indagar en datos y cifras relacionadas al medio de comunicación particular y la red social en análisis, fue conocer el número de

personas que cuentan con acceso a Internet. Según datos publicados en el estudio Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013 por el portal www.ecuadorencifras.gob.ec, sitio oficial del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el porcentaje de los hogares a nivel nacional que cuentan con el servicio es 28,3%, registrando un incremento de 16,5 puntos más que en el año 2010.⁶

De acuerdo a estos datos, la provincia con mayor acceso a Internet hasta 2013⁷ es Pichincha con 53,1% y la que tiene menor acceso es Los Ríos con el 25% de su población.

Un dato importante que se debe destacar es el hecho de que el 45,1% de las personas, a nivel nacional, que acceden a Internet lo realizan desde su hogar; porcentaje seguido por la alternativa de ingreso desde centros de acceso público con 29,8%.

El 32% de las personas encuestadas afirma utilizar Internet como fuente de información y muy seguido de este dato, el 31,7% lo usa como medio de educación y aprendizaje.

Más de la mitad de la población nacional utiliza el servicio de Internet al menos una vez al día, con 64%. Y como dato final, de los 15'872.755 ciudadanos ecuatorianos, 1'081.620 utiliza redes sociales, mientras que 1'261.944 cuenta con un *smartphone* o celular inteligente (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013).

11.3 Caracterización del público *online* o digital

⁶ Se solicitó mayor información sobre la muestra de datos y explicación respecto a las cifras, sin obtener respuestas de la entidad encargada.

⁷ Corresponde a los últimos datos registrados por el sitio *web* en relación al tema de investigación.

De igual manera, de acuerdo a información proporcionada por el INEC en la investigación Tecnologías de la Información y Comunicación 2012, encontramos un perfil aproximado del público digital:



Además, el número estimado de personas que utilizan su teléfono celular para el acceso a redes sociales es 600 mil. El grupo de edad que más usa Internet se encuentra entre 16 y 24 años con el 64,9% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012).

11.4 Recopilación de tuits⁸ publicados en el perfil de @Ecuavisa del lunes 1 al viernes 5 de junio de 2015 en los horarios de la mañana (7h00), mediodía (12h00) y noche (19h00)

→ LUNES 1 DE JUNIO 2015

Total de tuits del día: 125

Total de tuits en horarios establecidos: 52

7H00

⁸ Para mayor información, revisar Anexos.

El primer tuit del día, a las 7h21. El último, a las 23h01.

En el horario de la mañana, comprendido entre las 7h00 y 9h00, se encontraron 14 tuits. Los temas tratados fueron:

1. Universidad Yachay ofrece formar a jóvenes ecuatorianos residentes en España
2. 16 muertos al sur de China por intensas lluvias
3. 37 muertos en incendio de camión cisterna en Nigeria
4. Investigación de curas pederastas en Australia
5. Permiso de 4 días de la cárcel para cantante Isabel Pantoja
6. Aerolínea Malaysia Airlines reporta que está en quiebra
7. Cadáver de mujer dentro de casillero en estación de Tokio
8. Selección ecuatoriana de fútbol viaja a Panamá para jugar partido amistoso
9. Controles de privacidad de Google
10. Inmigrantes ilegales detenidos en Hungría
11. Pelé expresa apoyo a reelección de Joseph Blatter
12. Ex presidentes iberoamericanos denuncian situación en Venezuela
13. Clasificación de Roger Federer a cuartos de final en Roland Garros
14. Desaparecidos por terremoto en Nepal

12H00

En el horario del mediodía, comprendido entre las 12h00 y 14h00, se encontró mayor número de tuits: 26 en total. Los temas tratados fueron:

1. Expira Ley Patriótica Antiterrorista en EE.UU.
2. Arturo Mina confirma su participación en Copa América 2015
3. Presidente de la FEF solicita asistencia penal
4. Director técnico de selección Ecuatoriana detalla bajas del equipo
5. Nómina tricolor para Copa América

6. Choque de avionetas en Italia deja un muerto
7. Bruce Jenner posa como mujer y cambia su nombre a Caitlyn
8. Receta para hacer el asado perfecto
9. Periodista intenta entrevistar a hombre sin darse cuenta que está muerto
10. Adolescente de 14 años torturado y sentenciado a muerte por Estado Islámico
11. Budismo se muestra intolerante al Islam
12. Polémica en Argentina por asesinato de fiscal Alberto Nisman
13. China prohíbe fumar en lugares públicos de Pekín
14. Anuncio de emisión del noticiero de 13h00
15. Junio es un segundo más largo este año
16. Gustavo Quinteros se muestra preocupado por bajas en la Tricolor
17. Ausencia de Guerrón en la selección

19H00

En el horario nocturno, comprendido entre las 19h00 y 22h00 se encontraron 12 tuits. Los temas presentados son los siguientes:

1. Presidente Correa no asistirá a inauguración de Copa América
2. Se publica nueva versión de 50 Sombras de Grey
3. En Canadá, tres compañías de tabaco son obligadas a pagar \$12 150 millones a fumadores
4. Mujer de 92 años rompe récord en culminar maratón
5. Anuncio de noticiero Televistazo 20h00
6. Actividades frecuentes en niños
7. Aumenta número de fallecidos por incendio de camión cisterna en Nigeria
8. CNE niega revocatoria de mandato de assembleístas
9. Hello Kitty abre su primer restaurante chino en Hong Kong

10. Peces se reproducen sin actividad sexual
11. Marca Abercrombie & Fitch pierde juicio contra musulmana
12. Promoción para Ecuador Tiene Talento
13. AC/DC causa furor en Madrid con su concierto

→ **MARTES 2 DE JUNIO DE 2015**

Total de tuits del día: 105

Total de tuits en horarios establecidos: 47

7H00

El primer tuit del día, a las 7h19. El último, a las 00h01.

En el horario de la mañana, comprendido entre las 7h00 y 9h00, se encontraron 10 tuits. Los temas tratados fueron:

1. Flexibilidad de horarios laboral y estudiantil por visita del Papa
2. Incautación de droga en España procedente de Ecuador
3. Demanda de hermanos Isaías contra Ecuador desestimada por corte estadounidense
4. Selección ecuatoriana en Panamá para jugar partido amistoso
5. Muertos y desaparecidos por hundimiento de barco en China
6. Versiones de Organización Mundial de la Salud sobre el coronavirus
7. El Nacional se encuentra al mando de Rubén Darío Insúa
8. Avión Solar Impulse II espera en Japón hasta que mejoren condiciones meteorológicas
9. Presidente de la Federación Colombiana de Fútbol afirma que las cuentas están a disposición de investigaciones
10. Partido entre Nadal y Djokovic en torneo Roland Garros

12H00

En el horario del mediodía, comprendido entre las 12h00 y 14h00, se encontró mayor número de tuits: 23 en total. Los temas tratados fueron:

1. Renuncia de Joseph Blatter a presidencia de FIFA
2. Resumen de telenovela La Guerrera
3. Resumen de telenovela Las Mil y una Noches
4. Datos acerca del funcionamiento del aparato digestivo
5. Resumen de telenovela Reina de corazones
6. Aplicación que detalla número de calorías con una foto
7. Claves para ganar una discusión
8. Hazaña de portero japonés
9. Detalles sobre cómo se realiza el cambio de sexo
10. Relato de chica playboy sobre infidelidad de Cristiano Ronaldo
11. Video acerca de la niñez de los presentadores de En Contacto
12. Peces que procrean siendo vírgenes
13. Anuncio de emisión de noticiero 13h00
14. Anuncio de ganador de concurso en *Instagram* para conocer al cantante Joaquín Sabina
15. Película Terremoto: La Falla de San Andrés lidera taquillas en EE.UU.
16. Test para conocer si será reemplazado por un robot según la profesión
17. Broma telefónica a representante de futbolista

19H00

En el horario nocturno, comprendido entre las 19h00 y 22h00 se encontraron 14 tuits. Los temas presentados son los siguientes:

1. Personaje de *Transformers* tendría su propia película
2. Reacciones de directivos de federaciones de fútbol sobre salida de Blatter
3. Propuesta de Barcelona *Sporting Club* a técnico argentino

4. Promoción a programa Ecuador tiene talento
5. Reinaldo Rueda es el nuevo técnico de Atlético Nacional de Colombia
6. Operación de cantante Enrique Iglesias por heridas en su mano derecha
7. Anuncio de emisión Televistazo 20h00
8. Video de baile entre madre e hijo durante su boda
9. Bolso de la firma Hermés rompe récord de venta en subasta en Hong Kong
10. Declaraciones de Presidente Rafael Correa sobre impuesto a las herencias
11. Promoción a noticiero Televistazo 20h00
12. Encuesta de Cedatos sobre visita del Papa Francisco
13. Comunidad Andina de Naciones autoriza a Ecuador para aplicar salvaguardias
14. Escándalo de corrupción en FIFA anticipa renuncia de Blatter

→ **MIÉRCOLES 3 DE JUNIO DE 2015**

Total de tuits del día: 116

Total de tuits en horarios establecidos: 34

7H00

El primer tuit del día, a las 7H20. El último, a las 23H01.

En el horario de la mañana, comprendido entre las 7h00 y 9h00, se encontraron 9 tuits. Los temas tratados fueron:

1. Más de 10 000 de muertos por bombardeos en Estado Islámico desde inicio de bombardeos de coalición
2. Latinoamérica no solo exige acceso a servicios sino calidad en ellos
3. Aumenta a 26 el número de muertos en naufragio en China
4. Rafael Benítez es el nuevo entrenador del Real Madrid

5. Corea del Sur activa plan de emergencia por brote de coronavirus
6. Interpol emite órdenes de arresto contra dos directivos de FIFA
7. Venezuela atribuye desabastecimiento de medicamentos a la oposición
8. Fiscalía venezolana pide bloqueo de bienes para presidente de Federación de fútbol
9. 20 heridos por accidente entre dos buses en Pichincha

12H00

En el horario del mediodía, comprendido entre las 12h00 y 14h00, se encontraron 8 tuits. Los temas tratados fueron:

1. América se muestra interesado en delantero Joffre Guerrón
2. Caitlyn Jenner muestra su nueva vida en *reality show*
3. Aparente romance entre Rihanna y jugador de fútbol Karim Benzema
4. Comisión legislativa se allana a veto presidencial sobre divorcio
5. Datos curiosos sobre actor Dwayne Johnson
6. Críticas de técnico ecuatoriano a Antonio Valencia
7. Anuncio de emisión Televistazo 13h00
8. Joven estadounidense revela tratamiento contra la homosexualidad que le aplicaron

19H00

En el horario nocturno, comprendido entre las 19h00 y 22h00 se encontraron 17 tuits. Los temas presentados son los siguientes:

1. Significado de la palabra Azuay
2. Leer a Frank Kafka estimula el cerebro
3. Reportera de la cadena Fox recibe baño de celebración por parte de beisbolistas
4. Nuevo ataque de FARC al noreste de Colombia
5. Datos sobre cáncer de mama

6. Anuncio de Televistazo 20h00
7. Extraña perla es descubierta en Australia
8. Asociación de Bancos Privados en desacuerdo con disposición de Superintendencia de Bancos
9. SRI confirma incremento en la tabla de impuesto a las herencias
10. Publicidad al programa Visión 360 sobre el cáncer
11. Publicidad al concurso intercolegial de bandas en Quito
12. Publicidad a la carrera organizada por Junta de Beneficencia
13. Detalles sobre el funcionamiento de FIFA
14. Las 10 mejores *selfies* de la historia
15. Publicidad sobre campaña 'Cambiemos el ño por el yo sí puedo'
16. Anuncio de Televistazo 20h00

→ JUEVES 4 DE JUNIO DE 2015

Total de tuits del día: 122

Total de tuits en horarios establecidos: 38

7H00

El primer tuit del día, a las 00h01. El último, a las 23h01.

En el horario de la mañana, comprendido entre las 7h00 y 9h00, se encontraron 9 tuits. Los temas tratados fueron:

1. Promoción sobre entrevistas de Contacto Directo
2. Ex presidente de Federación Peruana de Fútbol da declaraciones sobre corrupción en la FIFA
3. Zico, ex futbolista profesional confirma su intención de disputar presidencia de FIFA
4. Equipos de rescate acuden al sitio donde se produjo naufragio de barco en China

5. Asociación Uruguaya de Fútbol muestra sus cuentas bancarias
6. Miles de evacuados por erupción de volcán en Indonesia
7. Rigoberta Menchú se une a campaña la Mano Sucia de Chevron
8. Ecuador pide que el precio de petróleo sea razonable
9. Candidato republicano Rick Perry busca la presidencia de EE.UU.

12H00

En el horario del mediodía, comprendido entre las 12h00 y 14h00, se encontró mayor número de tuits: 17 en total. Los temas tratados fueron:

1. Aniversario #26 de matanza de Tiananmen en China
2. Promoción al programa Factor X Kids a través de reprise por página web
3. Pentágono investiga envíos erróneos de Ántrax a 51 laboratorios en 17 estados americanos
4. Nuevo desodorante diseñado para eliminar olor característico en hombres
5. Niño estadounidense que dejó crecer su cabello para donarlo a niños con cáncer
6. Controvertidas fotos de Cristiano Ronaldo junto a varios amigos durante sus vacaciones
7. Ex presidente de Conmebol, Nicolás Leoz pide permiso médico para salir de arresto domiciliario
8. Restablecimiento de energía eléctrica en ciudad colombiana tras atentado de las FARC
9. Ex vicepresidente de FIFA, Jack Warner se muestra dispuesto a revelar detalles sobre supuesta corrupción en el organismo
10. Hombre brasileño canta y toca The Beatles durante operación de cerebro
11. Broma sobre estreno de película Poltergeist en cine de Maipú, Chile
12. Anuncio de Televistazo 13h00

13. Entrevista de Contacto Directo a Antonio Posso, Asambleísta de Avanza sobre impuesto a la herencia
14. Resumen de telenovela La Guerrera
15. Organización de fútbol FIFA es comparada con la mafia
16. Resumen de telenovela Las mil y una noches
17. Resumen de telenovela Reina de corazones

19H00

En el horario nocturno, comprendido entre las 19h00 y 22h00 se encontraron 12 tuits. Los temas presentados son los siguientes:

1. Documental Guayaquil es mi Destino
2. Reforma de tabla salarial en Galápagos
3. Las fiestas de quinceañeras siguen siendo populares
4. Roberta Jacobson, Secretaria de Estado para Asuntos del Hemisferio Occidental pide que se respeten libertad de expresión y de prensa en Ecuador
5. En Santiago decretan preemergencia ambiental
6. Anuncio de Televistazo 20h00
7. ONG belga entrena ratas para detección de bombas y minas terrestres
8. Galo Chiriboga solicitará detalles a Fiscalía sobre corrupción en FIFA
9. Equipo mexicano Santos Laguna interesado en volante ecuatoriano Juan Cazares
10. Protestas a favor y contra Gobierno en Quito y Galápagos
11. Manifestación en Marruecos ante embajada francesa como protesta contra acción de movimiento Femen

→ VIERNES 5 DE JUNIO DE 2015

Total de tuits del día: 122

Total de tuits en horarios establecidos: 43

7H00

El primer tuit del día, a las 00h01. El último, a las 23h01.

En el horario de la mañana, comprendido entre las 7h00 y 9h00, se encontraron 10 tuits. Los temas tratados fueron:

1. Razones por las que algunos cadáveres se conservan intactos
2. Promoción a Contacto Directo
3. Colombiano se entrega a ejército ecuatoriano como supuesto miembro de FARC
4. Alarma en Corea del Sur por posible contagio de coronavirus por médico al entrar en contacto con miles de personas
5. Niño marfileño descubierto en una maleta en mayo pasado, se reunirá con su madre en España
6. Reunión entre Presidenta de Chile, Michelle Bachelet y Papa Francisco en el Vaticano
7. Críticas contra Facebook por video de bebé llorando
8. Expectativas de Unión Europea respecto a cumbre Celac
9. Eliminación de Argentina en primera fase de Mundial sub-20
10. Primer trasplante de cráneo y cuero cabelludo del mundo

12H00

En el horario del mediodía, comprendido entre las 12h00 y 14h00, se encontró mayor número de tuits: 15 en total. Los temas tratados fueron:

1. Promoción de videoclip Guayaquil es mi Destino
2. Video de un gato que canta junto a su dueño
3. Peligros de inyectarse silicona
4. Video de los efectos que causa la droga metanfetamina

5. Personaje Godzilla obtiene ciudadanía japonesa
6. Ciberataque a agencias de gobierno de EE.UU. expone datos de 4 millones de funcionarios
7. Imágenes sobre transformación de personajes de *Dragon Ball*
8. Asambleísta Ángel Vilema se desafilia de Alianza País por veto a ley Galápagos
9. Video sobre la visita de Miss Universo Paulina Vega en programa En Contacto
10. Video con mensaje de Cristiano Ronaldo a la prensa
11. Promoción de Televistazo 13h00
12. Promoción al programa Visión 360 sobre Mundial de fútbol
13. Video de entrevista de cantante español Joaquín Sabina para En Contacto
14. Denuncia a Presidente de FEF, Luis Chiriboga por presunto enriquecimiento ilícito
15. Estado de salud de la joven de 17 años que perdió cuero cabelludo en práctica educativa

19H00

En el horario nocturno, comprendido entre las 19h00 y 22h00 se encontraron 18 tuits. Los temas presentados son los siguientes:

1. Peligro de colisión de tribus aisladas del Amazonas
2. Descubrimiento de nueva especie de dinosaurio en Canadá
3. Evolución de la moda desde los años 20
4. Alianza País asegura que asambleísta Ángel Vilema fue expulsado
5. Anuncio de Televistazo 20h00
6. Supuesto romance entre Irina Shayk, ex novia de Cristiano Ronaldo y Joseph Blatter

7. Desaceleración en la economía nacional durante el 2015
8. Explosión de artefacto en Universidad de Guayaquil
9. Presidente colombiano Juan Manuel Santos responde a Nicolás Maduro acerca de 'exportación de pobreza'
10. Estreno de serie *Dragon Ball Super*
11. Rival de Ecuador pierde un jugador previo a partido de Copa América
12. Autoridades desarticulan red de falsificación de documentos para ingreso a filas policiales
13. Promoción a segmento Hoy Soy sobre recolección de desechos
14. Promoción de Televistazo 20h00
15. Grupo musical Verde 70 prepara nuevo álbum y gira por el país
16. Entrega a assembleístas el proyecto de Ley de Herencias

11.5 Análisis de los contenidos difundidos por la señal abierta de televisión de Ecuavisa en los horarios estelares 13h00 y 20h00⁹

→ LUNES 1 DE JUNIO DE 2015

Televistazo 13h00

1. Investigación en torno a los estudiantes heridos por guardia de seguridad de concesionaria de autos
2. Decomiso de 3.4 toneladas de droga en varios cantones del Guayas
3. Decomiso de 486 armas de fuego, en su mayoría de origen artesanal
4. Desbordamiento de río Pucuno en Loreto, provincia de Orellana
5. Inscripción de año escolar 2015-2016 del régimen Sierra y Amazonía
6. Convenio entre Prefectura del Guayas y Arquidiócesis de Guayaquil por visita del Papa

⁹ Los noticieros son almacenados en la página web www.ecuavisa.com

7. Militares inician fumigaciones en conjunto con el Ministerio de Salud Pública
8. Presupuesto asignado durante el 2014 entre el Ministerio de Inclusión Económica y Social, Salud y Desarrollo Social dirigido a los niños y niñas del país
9. Inicio de alegatos finales en la audiencia de juzgamiento Caso 30S
10. CONAIE anuncia paro nacional recordando los 25 años del gran levantamiento indígena
11. Informe acerca del impuesto a las herencias
12. Reacciones acerca del impuesto a las herencias por parte del Comité Empresarial Ecuatoriano
13. Clausura de centro clandestino de rehabilitación de adicciones
14. Internacionales:
15. Inauguración de VI Juegos Deportivos Nacionales Juveniles
 - Arribo de 5000 migrantes indocumentados a Italia
 - Arresto de 2 tunecinos y 4 egipcios por presunto tráfico de personas
 - Expiró la legislación antiterrorista, conocida como Ley Patriota
 - Programa argentino revela video grabado por la policía sobre el Caso Nisman
 - Pekín endurece sus leyes antitabaco.
 - Trágico espectáculo de acrobacias aéreas en Italia
 - Aumenta número de fallecidos en India por ola de calor
 - Policía de Japón halla cadáver de mujer de 80 años en maleta abandonada en casillero del metro
 - Secretario de EE.UU., John Kerry sufre fractura en la pierna y cancela el resto de su gira diplomática
16. Deportes:
 - Nómina de jugadores que participarán en la Copa América

- Presidente de la FEF solicita asistencia penal internacional respecto a supuesta corrupción en torno a la FIFA
- Barcelona FC se proclamó campeón de España, Wolfsburg de Alemania y Paris Saint Germain de Francia
- Inicio de vigésima edición de mundial de fútbol sub 20
- Rafa Benítez será nuevo entrenador de Real Madrid
- EE.UU. ordena prisión preventiva para Nicolás Leoz, ex presidente de Conmebol

17. Espectáculo:

- Umbral regresa a escena con nuevo material discográfico
- La cantante española Isabel Pantoja sale de prisión con permiso de 4 días
- Enrique Iglesias sufre accidente en presentación en México
- Eros Ramazzotti presenta nuevo disco musical
- Kim Kardashian espera su segundo hijo con Kanye West

18. Festejos del día del niño en el norte de Guayaquil

Televistazo 20h00

1. Impuesto a las herencias
2. CNE niega entrega de formularios para revocatorias de mandato de asambleístas de Alianza País
3. CONAIE declara el 2015 como Año de la Resistencia y realizará paro nacional
4. Implementación de dinero electrónico en organizaciones bancarias
5. Precio del barril de petróleo
6. Anuncio de feriado por visita del Papa Francisco a Ecuador
7. Preparativos para la llegada del Papa

8. EE.UU. rechaza demanda de William y Roberto Isaías por 1.000 millones de dólares contra el estado ecuatoriano
9. Nuevo juicio contra Cléver Jiménez, Fernando Villavicencio y Carlos Figueroa por desacato de orden judicial
10. Decomiso de 7 toneladas de distintas drogas destinadas al microtráfico
11. Llamado a juicio a 17 implicados en el homicidio de 30 indígenas Taromenane
12. El consumo del cigarrillo en Ecuador: incremento de impuestos, declaración de espacios libres de humo y nuevas advertencias sanitarias en cajetillas
13. Internacionales:
 - Ex presidentes iberoamericanos firman declaración para exigir respeto de derechos humanos en Venezuela
 - Presidente de la Asamblea de Venezuela, Diosdado Cabello demanda a diarios extranjeros por vinculación con narcotráfico
 - Organizaciones humanitarias se unen para ayudar a Irak y Siria con donación de 500 millones de dólares
 - Joven sirio de 14 años fue torturado durante dos días por miembros de Estado Islámico
 - Explosión de camión con gasolina deja 50 muertos en Nigeria
 - Senador Lindsey Graham es el noveno aspirante republicano a la presidencia de EE.UU.
 - Mujer de 92 años es la más longeva en ganar un maratón en San Diego, California
14. Deportes:
 - Reemplazo de volante Michael Arroyo y viaje de la selección nacional a Panamá para enfrentar partido amistoso

- El Presidente de la FEF, Luis Chiriboga está dispuesto a colaborar con investigaciones norteamericanas por supuesta corrupción en la FIFA
- Fallecimiento de Pablo Aníbal Vela, conocido como Rey de la Canterera
- Top 5 de goles del mundo

15. Espectáculo:

- Concierto multitudinario de banda australiana AC/DC en Madrid
- Maroon 5 realiza lanzamiento de videoclip de su próximo álbum musical
- El artista guayaquileño Leo Mass presenta su gira musical y lanzará su nuevo material discográfico

→ **MARTES 2 DE JUNIO DE 2015**

Televistazo 13h00

1. Joseph Blatter renunciará a la presidencia de FIFA
2. Arresto domiciliario para ex presidente de Conmebol Nicolás Leoz
3. Fiscalía no investigará a la FEF mientras EE.UU. no lo solicite
4. Incautación de marihuana al norte de Quito
5. Declaran culpables a 22 de 34 policías procesados por insubordinación en 30S
6. Fiscalía realiza indagaciones en contra de dos ex asambleístas: Milton Altamirano y Cléver Jiménez
7. Detalles sobre visita del Papa Francisco
8. Audiencia de juzgamiento contra detenido en asesinato de Renato Cardelli, luego de un año de su muerte
9. Directora de GuaguaCentro en Quito fue separada de la institución por denuncia de maltratos contra las profesoras
10. Clausura de dos clínicas de rehabilitación clandestinas en Guayaquil
11. Caso de petrolera Chevron-Texaco es auditado por Asamblea
12. Internacionales:

- Decomiso de cocaína líquida en Madrid embarcada desde Ecuador
- Cifras de desaparecidos y muertos por naufragio en China
- Reunión de ministros en París de coalición internacional contra Estado Islámico
- Fallas de seguridad en aeropuertos de EE.UU.

13. Deportes:

- Selección Sub20 de Argentina pierde contra Ghana
- Austria remonta a Panamá y se ubica en segundo puesto de grupo B
- EE.UU. golea a Nueva Zelanda y lidera el grupo A
- Detalles acerca de seleccionados para Copa América
- Velocista ecuatoriana Ángela Tenorio gana dos medallas de oro en Sudamericano de Atletismo
- Salida de entrenador Juan Ramón Silva de Sociedad Deportiva Aucas

14. Espectáculo:

- Nuevo video de grupo musical colombiano Alkilados
- Cambio de género de Bruce a Caitlyn Jenner
- Película Terremoto: La falla de San Andrés lidera taquillas de EE.UU.
- Actor Sylvester Stallone presenta a su hija de 17 años como modelo
- Cuarta entrega de libro 50 Sombras de Grey saldrá a la venta el 18 de junio

15. Fallecimiento de Pablo Aníbal Vela, conocido como El Rey de la Cantero

Televistazo 20h00

1. Renuncia del presidente de FIFA Joseph Blatter
2. Biografía y logros profesionales de Joseph Blatter
3. Reacciones de dirigentes y figuras del medio sobre la renuncia intempestiva

2. Declaraciones de Presidente Rafael Correa sobre impuesto a las herencias y empresas familiares
3. Encuestas realizadas por Cedatos sobre visita papal y situación actual del país
4. 22 de 34 policías procesados son declarados culpables de insubordinación en 30S
5. Fiscalía investiga a dos ex asambleístas: Tomás Cevallos y César Gracia
6. Decomiso de 7 toneladas de cocaína en harina de pescado que sería exportada a México
7. Comunidad Andina de Naciones autoriza a Ecuador aplicación de salvaguardias
8. Presidente Correa emite decreto sobre venta de medicinas en farmacias privadas a pacientes de sistema público de salud
9. Incremento de actividad sísmica en volcán Cotopaxi
10. Internacionales:
 - Continúa rescate de sobrevivientes al naufragio en China
 - Senado aprueba Ley de Vigilancia de Agencia Nacional de Seguridad de EE.UU.
 - Explosión de coche bomba en Irak deja 6 muertos y 13 heridos
 - Colisión en vagones de montaña rusa ocasiona 4 heridos en Reino Unido
11. Deportes:
 - Arribo de Selección Ecuatoriana de Fútbol a Panamá para disputa de partido amistoso
 - Salida de entrenador Juan Ramón Silva Sociedad de Deportiva Aucas y anuncio de Carlos Ischiá como nuevo entrenador
12. Espectáculo:
 - Presentación de largometraje sobre la vida de poeta guayaquileño Medardo Ángel Silva

- Compañía de danza A puro tango visita Ecuador como parte de su gira

→ **MIÉRCOLES 3 DE JUNIO DE 2015**

Televistazo 13h00

1. Emisión de alertas rojas por Interpol para 2 ex directivos de FIFA
2. Congelamiento de cuentas bancarias del destituido presidente de Federación Venezolana de Fútbol
3. Aspirantes a la presidencia de FIFA
4. Organismo Conmebol podría perder inmunidad diplomática
5. Retiro de 60 mil armas de fabricación artesanal en empresas de seguridad privada a nivel nacional
6. Control de Superintendencia de Bancos a instituciones financieras privadas sobre retiros superiores a \$5000 de personas naturales
7. Policía colombiana detiene 4 ecuatorianos con 470 kg de cocaína
8. Plaga afecta pastizales en Loja
9. Fiscalía condena a 20 personas por pesca ilegal de tiburones en Guayaquil
10. Plazo para recategorización de maestros
11. Críticas de Jaime Nebot por impuesto a las herencias
12. Cambios en causal de divorcio
13. Aumento de actividad del volcán Cotopaxi
14. Controles en motos para reducción de robo a personas
15. Internacionales:
 - Continúa búsqueda de víctimas de naufragio en China
 - Atentado por grupo yihadista Boko Haram en Nigeria
 - Enfrentamiento entre mineros y policías en Bolivia
 - Video aficionado de perro transportado en moto
13. Deportes:

- México vence a Uruguay
 - En grupo C, empate entre Colombia y Senegal
 - Victoria de Serbia sobre Mali
 - Partido amistoso entre Ecuador y Panamá
 - Sanción a jugador ecuatoriano Octavio Zambrano por Ecuafútbol
 - Nuevo entrenador para Real Madrid, Rafael Benítez
14. Entrevista en vivo con directivo de ANT sobre renovación de licencia de conducir
15. Espectáculo:
- Rapera australiana Iggy Azalea cancela gira por Norteamérica
 - Declaraciones de cuñado de Amy Winehouse respecto a su muerte
 - Estreno de película animada Un gran dinosaurio
 - Recopilación de éxitos musicales de Mariah Carey en colección Infinity
16. Detalles de trabajos en parque Samanes por visita del Papa en Guayaquil y reacciones de los fieles
17. Organización de visita papal por Arquidiócesis de Quito

Televistazo 20h00

1. Control de Superintendencia de Bancos a entidades bancarias privadas sobre retiros de \$5000 en adelante
2. Debate entre miembros de Asamblea por causal de divorcio por abandono
3. Declaraciones de directivos de SRI respecto a impuesto a las herencias
4. Búsqueda de ex dirigentes prófugos por corrupción en la FIFA
5. Reportaje sobre funcionamiento al interior de la FIFA
6. Voto y conteo electrónico en elecciones presidenciales de 2017
7. Veto a ley de Régimen Especial de Galápagos
8. Visita de Rigoberta Menchú a pozo Aguarico 4, afectado por Chevron

9. Internacionales:

- Nuevo ataque de las FARC en Colombia
- Temporal de lluvias y vientos en Chile
- Aumenta número de muertos en Siria por bombardeos en helicóptero
- labores de rescate continúan en China por naufragio

10. Deportes:

- Selección de fútbol de Guayas gana a Pichincha en finales de juegos nacionales femeninos
- Clasificación a la final de Esmeraldas
- Posible regreso de ex entrenador de Barcelona Gustavo Costas
- Despedida de Xavi Hernández del Barcelona de España
- Djokovic vence a Nadal y pasa a semifinales de Roland Garros

11. Espectáculo:

- Estreno de Mundo Jurásico en Francia
- Broma de actor Channing Tatum a seguidores del cine
- Gira de cantante español Joaquín Sabina por Ecuador

→ **JUEVES 4 DE JUNIO DE 2015**

Televistazo 13h00

1. Operativo en Guayas entre Policía y Fiscalía contra delincuencia organizada
2. Accidente durante práctica estudiantil en Quito deja a joven sin cuero cabelludo
3. Operativos a motociclistas se intensifican en Guayaquil
4. Preparativos para visita papal en parque Bicentenario
5. Planes de seguridad para misas campales en Quito y Guayaquil
6. Proyecto de ley de herencias será entregado a la Asamblea
7. Sanción a Teleamazonas por Supercom

8. Efectos letales de droga metanfetamina
9. Colaboración de militares en campaña contra el dengue en Guayaquil
10. Internacionales:
 - Autoridades chinas descartan continuar la búsqueda de víctimas de naufragio
 - Alerta máxima en Colombia por constantes ataques de las FARC
 - Muestras de ántrax enviadas por error a 51 laboratorios en EE.UU.
 - Explosión de gasolinera en Ghana
 - Aniversario #26 de Tiananmen en Pekín
11. Deportes:
 - Repercusión en federaciones latinoamericanas de fútbol por escándalo de FIFA
 - Empate entre selección de Ecuador y Panamá en partido amistoso
 - Goleada de Alemania contra Pakistán en Mundial Sub 20
 - Brasil vence a Hungría en Mundial Sub 20
 - Honduras pierde contra Fiyi en Mundial Sub20
 - Futbolista Leonel Ramírez retorna a Ecuador tras coronarse campeón en Hungría
 - Posible vinculación de entrenador uruguayo Guillermo Almada con BSC
12. Aumento de inflación al 2015 según INEC
13. Organismos intensifican sistema meteorológico con radar ubicado en Azuay
14. Espectáculo:
 - Resumen de accidentes a cantantes durante sus shows
 - Proyección de cine coreano contemporáneo en Guayaquil
15. Hueca guayaquileña Ambigú Café
16. Entrevista con jefe de seguridad del Papa Juan Pablo II en su visita a Ecuador hace 30 años

Televistazo 20h00

1. Manifestaciones a favor y en contra del Gobierno frente a sede de Alianza País en Quito
2. Acción de protección a trabajadores fue rechazada
3. Inflación aumentó en mayo de 2015, según INEC
4. Blasco Peñaherrera deja el cargo de presidencia de Cámara de Comercio de Quito y Patricio Alarcón se posesiona como nuevo titular
5. Publicación de Roberta Jacobson acerca de libertad de expresión y de prensa en Ecuador
6. Senescyt entrega proyecto de código de los conocimientos Ingenios a la Asamblea
7. Firma de convenio de mancomunidad de tránsito en Daule
8. Detenidos en operativo Escuadrón 32 desarrollado en Guayas
9. Estado de salud de joven quiteña por accidente en práctica estudiantil
10. Entrega de información desclasificada a Ministro de Defensa de Gobierno de Jaime Roldós
11. Simulacros para misa campal en Quito
12. Entrevista con amigo del Papa Francisco
13. Internacionales:
 - Fuerte granizada en México
 - Creación de Comisión de la Verdad en Colombia
 - Finaliza la búsqueda de sobrevivientes a naufragio en China
 - Decreto de 3 días de luto en Ghana por muertes en explosión de gasolinera
 - Ucrania autoriza despliegue de tropas ante amenaza de invasión rusa
14. Deportes:
 - Declaraciones de directivos de FIFA y federaciones de fútbol
 - Final de Champions League en Alemania

- Declaraciones de entrenador de selección nacional de fútbol respecto a bajas de jugadores en la Tricolor para la Copa América

15. Espectáculo:

- Parejas de figuras del fútbol presentes en la Copa América
- Estreno de videoclip de cantautora Julieta Venegas
- Lanzamiento de tema musical de la banda británica Blur

16. Fiscalía realizará indagaciones en la FEF

17. Segmento Hoy Soy sobre recolectores de basura

→ VIERNES 5 DE JUNIO DE 2015

Televistazo 13h00

1. Estado de salud de niña herida de bala en Guayas
2. Estado de salud de joven tras accidente en práctica estudiantil en Quito
3. Operativo policial en Pichincha y Bolívar desarticula banda delictiva
4. Deslave en la vía Patate-Baños
5. Solicitud de empresarios sobre proyecto de ley de impuesto a las herencias
6. Ceremonia por 120 años de Revolución Liberal en Montecristi
7. Dimisión de asambleísta por Alianza País Ángel Vilema
8. Creación de la Comisión de la Verdad entre Gobierno colombiano y las FARC
9. Ciberataque masivo chino a empleados de EE.UU.
10. Rescatistas logran enderezar barco en China y buscan los cadáveres
11. Descenso en el valor del barril de petróleo tipo Texas
12. Detención de indocumentados ocultos en contenedores en Reino Unido
13. Accidente de metro en Roma
14. Uso de dinero electrónico en transacciones

15. Detención de funcionaria acusada de vender cargos públicos en Hospital Abel Gilbert de Guayaquil

16. Deportes:

- Federación Chile de Fútbol será sometida a auditorías
- Allanamiento de sede de la Federación Venezolana de Fútbol
- Eliminación de Argentina de Mundial Sub 20
- Eliminación de Panamá de Mundial Sub 20
- Clasificación de Ucrania y EE.UU. a Octavos de Final
- Final de Liga de Campeones entre Juventus y Barcelona
- Nuevo entrenador de Sociedad Deportiva Aucas, Carlos Ischía
- Liga de Quito retorna a los entrenamientos

17. Reacción de presidente de la Federación Ecuatoriana de Fútbol frente a las investigaciones que realizará la Fiscalía

18. Día internacional del medio ambiente

19. Tendencias de la semana en espacio Lo más visto de Ecuavisa.com:

- La realidad de la falla de San Andrés, en torno a la película
- Conmover acto de magia de un ilusionista español
- Curioso castigo para respetar las rampas
- Bailarín se disfraza de adulto mayor y baila
- Gato que canta junto a su amo

20. Espectáculo:

- Tráiler de Misión Imposible 5
- Programa radial Área 51 Rock Show apoya música nacional

22. Visita al país de Miss Universo, la colombiana Paulina Vega

Televistazo 20h00

1. Rafael Correa anuncia envío de nueva tabla de impuesto a las herencias para herederos directos

2. Rechazo de empresarios sobre cambios en impuesto a las herencias
3. Desaceleración de la economía nacional en 2015
4. Desafiliación de asambleísta por Alianza País Ángel Vilema
5. Indicadores económicos en Colombia, Perú y Europa
6. Presidente de FEF se muestra a favor de indagación de la Fiscalía
7. Desarticulación de banda de falsificación de documentos en Quito y Guaranda
8. Construcción de escenarios donde dará la eucaristía el Papa Francisco en Quito y Guayaquil
9. En Guayaquil se extiende plazo de inscripción de voluntarios en ceremonias del Papa Francisco
10. Internacionales:
 - Ciberataque de China a funcionarios estatales de EE.UU.
 - Tiroteo en Nueva Orleans
 - Reunión entre Presidenta de Chile y Papa Francisco
 - Afectados por atentado suicida en mercado de Nigeria
 - Acusados de atentar contra Premio Nobel de la Paz, Malala Yousafzai fueron puestos en libertad
11. Ceremonia de ascenso en la base naval en Guayaquil
12. Deportes:
 - Jugadores clave del Barcelona de España en partido final de Liga de Campeones
 - EE.UU. vence a Holanda en partido amistoso
 - Entrenamiento de selección ecuatoriana de fútbol para partido amistoso en Panamá
 - Segmento No Top 5
13. Espectáculo:
 - Nuevo disco de banda ecuatoriana Verde 70

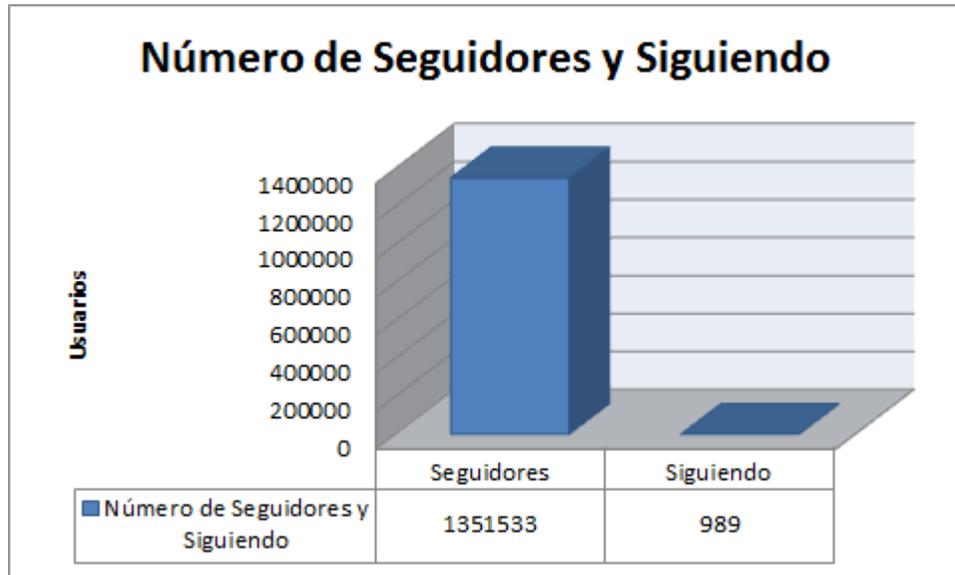
- Actividades en Guayaquil de Miss Universo, Paulina Vega

11.6 Análisis de la interacción generada por la cuenta de Twitter del medio de comunicación a través de la plataforma online Twtrland

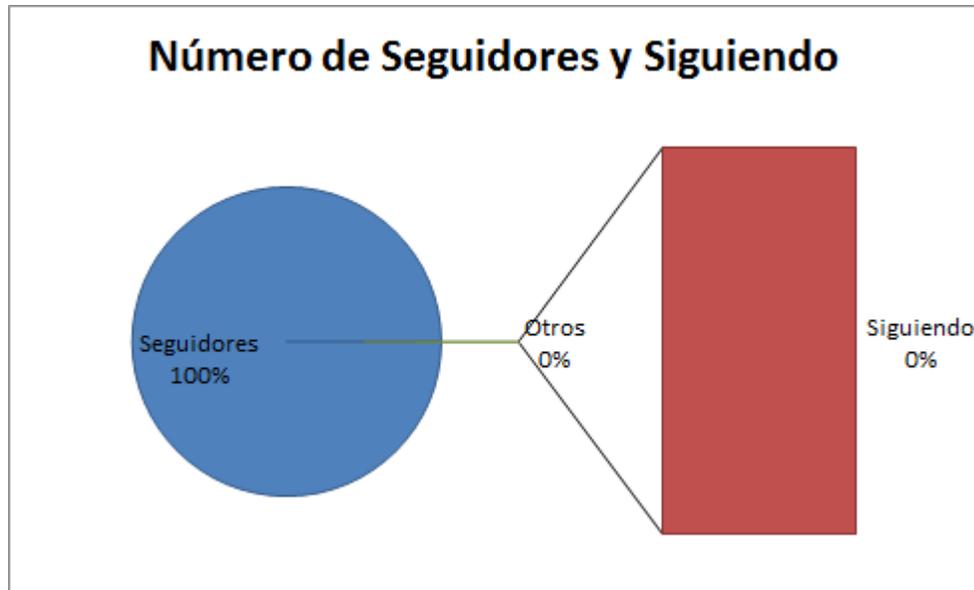
Mediante la herramienta digital *Twtrland* (cuyo nombre cambió a *Klear* desde inicios de julio de 2015), se analizó la cuenta de *Twitter* @Ecuavisa. Como se puede revisar en las gráficas adjuntas, el perfil goza de popularidad. Hasta el 16 de junio de 2015 en indicadores de amplificación, alcance y relevancia se registraron las siguientes cifras:

- El alcance está basado en el número de seguidores. Ecuavisa está clasificado en el 0,1% superior de los usuarios de medios sociales, gracias a sus 1'351,533 de seguidores. Como dato adicional, la cuenta está siguiendo apenas a 989 usuarios.



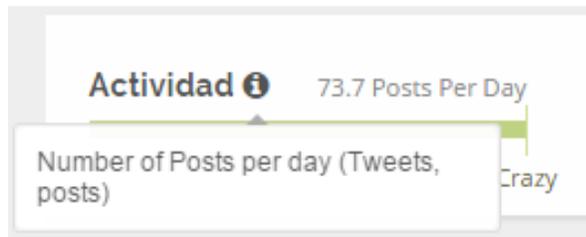


Como se detalla en la gráfica, la cifra no representa ningún porcentaje en referencia al número de seguidores que posee la cuenta.

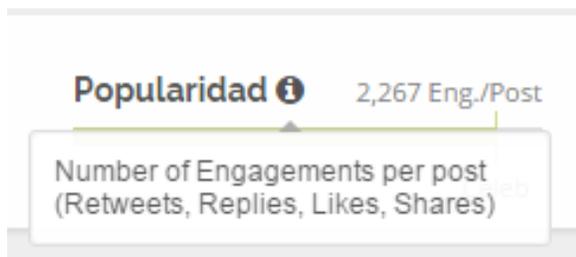


- Actividad o relevancia: Relacionado al contenido que comparte y la interacción en relación a este contenido. En promedio, se realizan 73 publicaciones por día, calificado como *Crazy* por la herramienta digital,

por tratarse de una cifra bastante alta. El número de tuits alojados por la plataforma fue de 124.891 hasta la fecha mencionada de recogimiento de datos.



- Amplificación o interacción: Este parámetro evalúa retuits y respuestas, las que se reflejan en la barra verde. Ecuavisa genera dos respuestas, retuits o favoritos por cada publicación, por lo que *Twtrland* (o *Klear*) lo cataloga como *Celeb* o celebridad.



De acuerdo a los intereses en *Twitter* del canal televisivo reflejados en la página *web* de la herramienta *online*, Ecuavisa posee un principal influyente: el *marketing*.



Ecuavisa Ecuador
 Al aire desde el 1 de Marzo de 1967, somos la principal estación de #televisión de #Ecuador.
 #ViveTusSueños #Noticias #Deportes #Entretenimiento <http://www.ecuavisa.com>

Influential In **MARKETING**

[View Full Profile](#)



1.4M Seguidores 1.8M gustas

Sumario **Análisis** Seguidores Demografía

Last Updated 9 days ago [Update Profile](#)

Influence Metrics



Contenido Popular

All Networks Twitter Facebook

All Time / Recent



La trayectoria de #TaniaTinoco, una de las presentadoras más queridas y reconocidas del país <http://ecuav.tv/1JgTtWs>



Conversaciones 59 people

- Ecuavisa Noticias 13 Conversaciones
- Tania Tinoco 4 Conversaciones
- Comunidad Guayaquil 4 Conversaciones
- Henry Alfredo Dueñas 3 Conversaciones
- mariateresaguerrero 2 Conversaciones



#ViveTusSueños #Noticias #Deportes #Entretenimiento <http://www.ecuavisa.com>

Influential In **MARKETING**

[View Full Profile](#)

Sumario **Análisis** Seguidores Demografía

Compare and Track your stats over time with **Twtrland For Business**

[Start Free Trial](#)

Network Breakdown Analytics

	AUDIENCE	ACTIVITY	POPULARITY	RESPONSIVENESS
	1.4M Followers	61.5 Tweets per day ⓘ	1,194 RTs / 100 tweets ⓘ	5 Replies / 100 tweets ⓘ
	1.8M Page Likes	75.9 Posts per week ⓘ	1,064 Likes per post ⓘ	68 Comments per post ⓘ

En la herramienta digital se almacenan temas que por su impacto o trascendencia permanecen dentro de los contenidos *top* o populares, por haber recibido mayor aceptación e interacción por parte de los usuarios. A continuación, las publicaciones más retuiteadas (en orden de número de veces que han sido compartidas):

- 4 de enero de 2015: Muerte de cantante Sharon La Hechicera en accidente de tránsito, obtuvo 1,064 retuits.
- 23 de febrero de 2014: Triunfo de Jaime Nebot y Mauricio Rodas en alcaldías de Quito y Guayaquil, obtuvo 1,047 retuits.
- 20 de noviembre de 2013: Regreso a la pantalla de la serie Solteros sin compromiso, obtuvo 974 retuits.
- 1 de agosto de 2014: Comunicado de Ecuavisa respecto a cadenas de descalificación a periodistas y medios, obtuvo 887 retuits.
- 25 de mayo de 2014: Muerte de modelo de tv Denisse Ruiz en accidente de tránsito, obtuvo 883 retuits.
- 18 de noviembre de 2013: Tuiteros piden sanción al maltrato animal, obtuvo 869 retuits.

The image shows a screenshot of a social media dashboard. The top section is titled 'Contenido Popular' and includes filters for 'All Networks', 'Twitter', and 'Facebook'. It displays six content items in a grid:

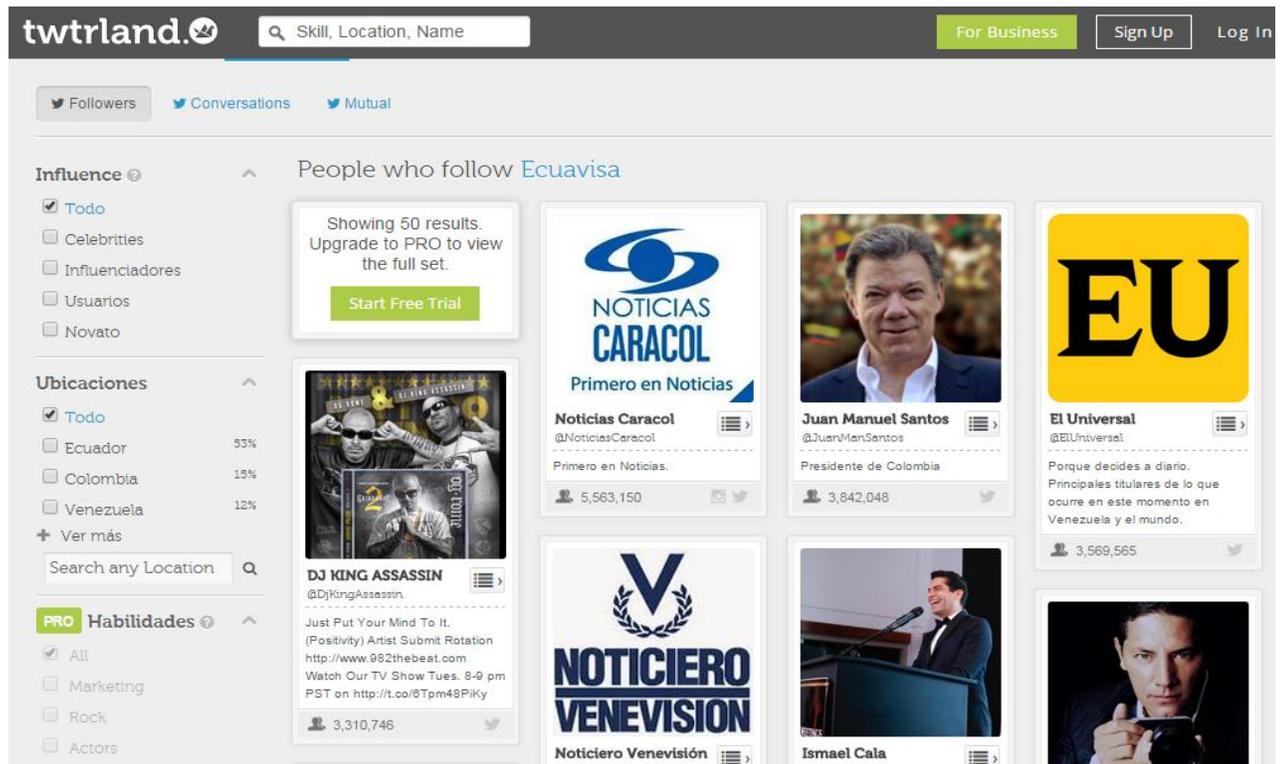
- Top-left: A woman with blonde hair, 1,064 retweets, 8 months ago.
- Top-middle: A man in a light blue shirt holding a document, 1,047 retweets, 19 months ago.
- Top-right: Three people (two men and one woman), 974 retweets, 22 months ago.
- Bottom-left: A man in a suit, 'COMUNICADO DE ECUAVIS', 887 retweets, 13 months ago.
- Bottom-middle: A woman with long dark hair, 883 retweets, 16 months ago.
- Bottom-right: A graphic with a red circle and slash over a dog, '#MaltratoAnimalDe...', 869 retweets, 22 months ago.

On the right side, there is a list of 'Seguidores' (Followers) with a total of 1.4M. The list includes:

- Ecuavisa Noticias (13 Conversaciones)
- Comunidad Guayaquil (4 Conversaciones)
- Tania Tinoco (4 Conversaciones)
- Henry Alfredo Dueñas (3 Conversaciones)
- mariateresaaguerrero (2 Conversaciones)

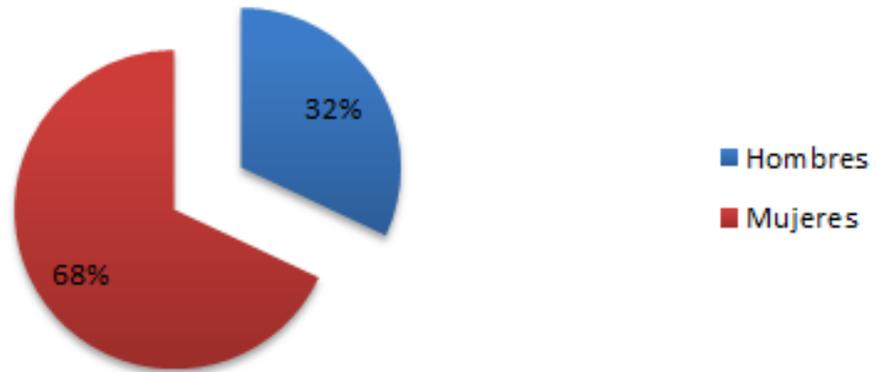
Below the list are icons for various social media platforms and a 'See All' link. At the bottom of the followers list, there are more entries: Noticias Caracol (Top Follower 5,707,995 Followers), DJ KING ASSASSIN (Top Follower 3,356,570 Followers), and Juan Manuel Santos (Top Follower 3,979,137 Followers).

Los seguidores *top* de la cuenta @Ecuavisa son medios de comunicación y periodistas, así como personajes públicos a nivel mundial.



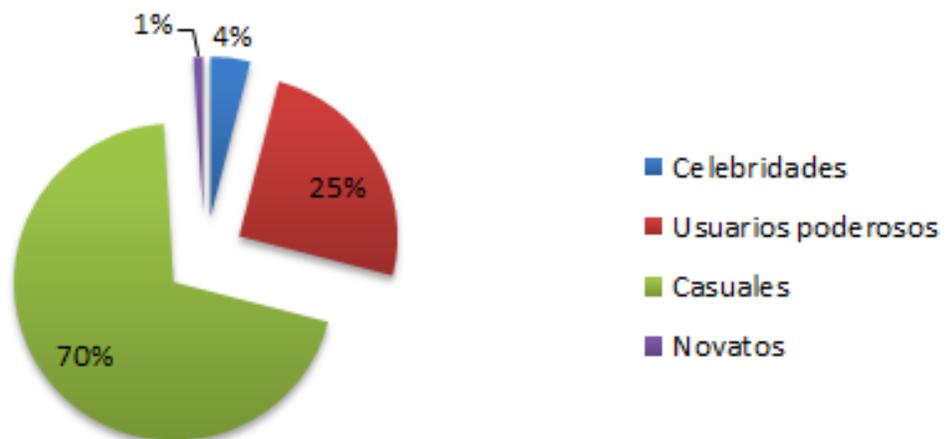
Un apartado final, pero no menos relevante, es la demografía. La aplicación efectúa un desglose de este parámetro en cuanto a los seguidores de Ecuavisa. Se detalla que más de la mitad de los 1'351,533 seguidores son mujeres. El 68% corresponde a este grupo, mientras que el 32% son hombres.

Clasificación de seguidores por género



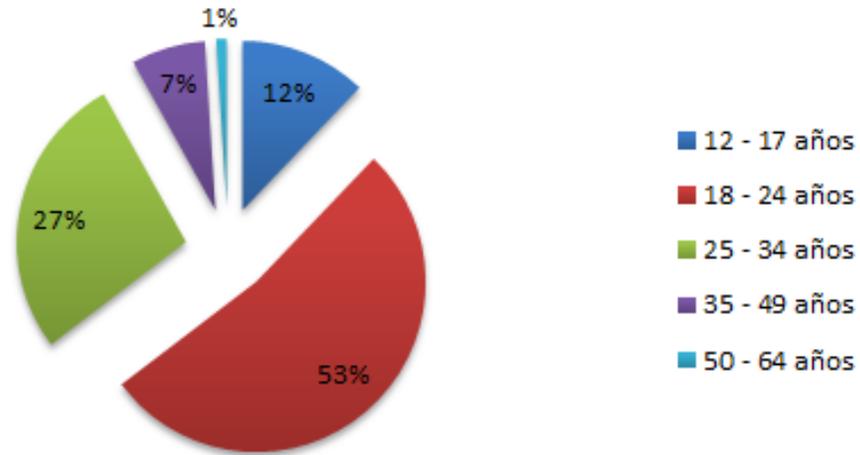
Además, un gran 70% del total de los seguidores son catalogados como casuales y conforman el grupo más influyente de la red social.

Clasificación de seguidores por Grupos Influyentes

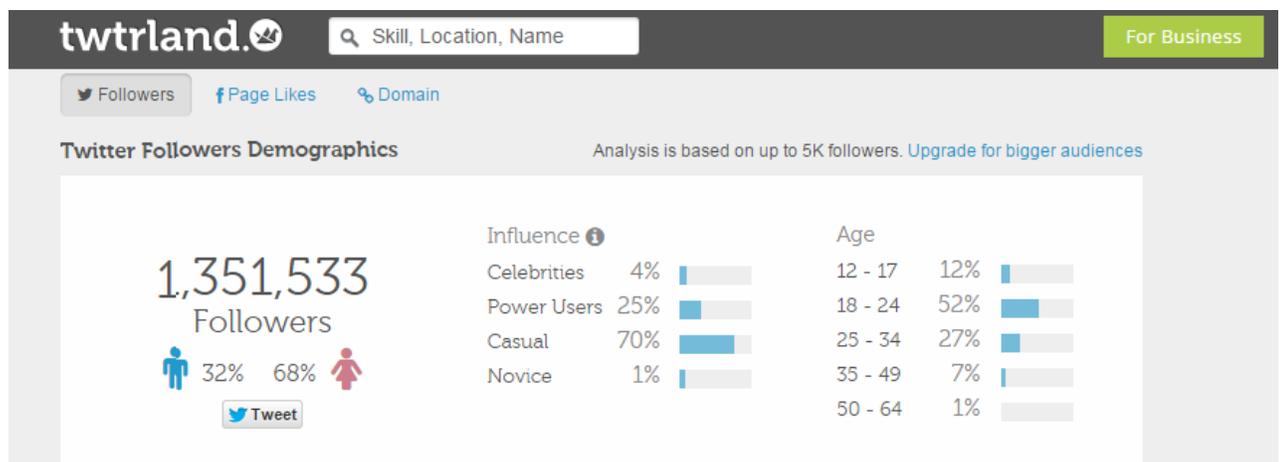


Y por otra parte, al medir la población de seguidores por edades, un 52% del total son personas entre 18 y 24 años de edad.

Clasificación de seguidores por Edad



La información se desglosó en gráficos para mejor visualización. La imagen a continuación es copiada directamente de la aplicación online.



CAPÍTULO IV

12. Resultados obtenidos

Ya finalizada la exposición de las actividades realizadas en base a la indagación en el objeto de estudio y con el fin de comprobar la hipótesis, se procede al apartado correspondiente al análisis de resultados obtenidos.

La propuesta principal fue obtener los contenidos publicados por el medio de comunicación tanto en su plataforma *online* como *offline*. Esta premisa se consiguió mediante la recopilación de los mensajes difundidos por la cuenta @Ecuavisa en la red social *Twitter* para la parte digital, así como la revisión de los noticieros Televistazo, en cuanto a los contenidos transmitidos por televisión nacional.

El análisis se realizó mediante la comparación de las agendas de ambas plataformas. Se cotejó la información diariamente, de acuerdo a los días seleccionados para el estudio: del lunes 1 al viernes 5 de junio de 2015.

El objetivo principal, como se explicó inicialmente, fue evidenciar el manejo de contenidos digitales a través de la cuenta de *Twitter* @Ecuavisa y la estrategia sinérgica entre el equipo *web* y de noticias.

Para ello, se analizaron ambas parrillas de contenidos, con los temas que presentaron en un mismo día y se verificaron las coincidencias.

Asimismo, se realizaron entrevistas con especialistas en el tema digital como Christian Espinosa¹⁰ y Susana Morán¹¹, quienes detallaron cómo debe ser el

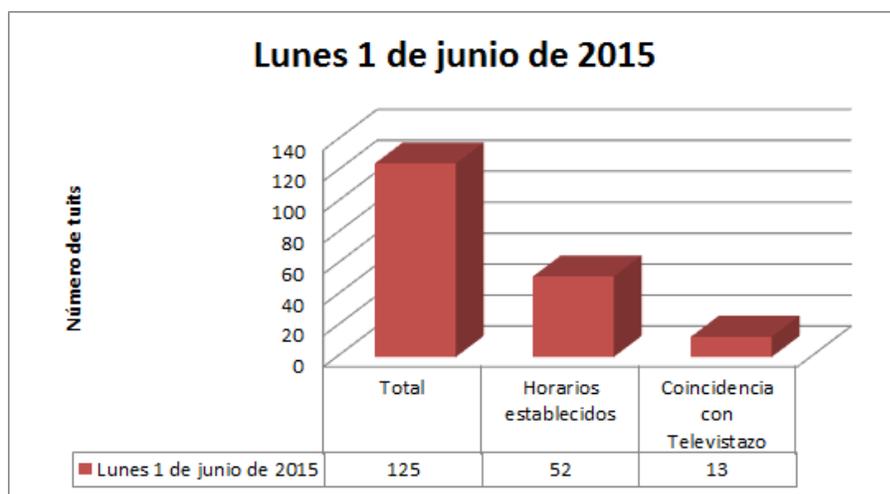
¹⁰ Profesor de Nuevos Medios y director del sitio *web* Cobertura Digital.

¹¹ Periodista digital.

funcionamiento al interior de un medio de comunicación, bajo qué parámetros se deben manejar los contenidos periodísticos en redes sociales y páginas *web*, y la diferenciación con los contenidos *offline*. Por otra parte, con Alfredo Viteri¹² y Clara Bograd¹³ se mantuvo un diálogo más indagatorio respecto a cifras y datos específicos del canal, aunque los estudios y averiguaciones que ha realizado Ecuavisa, no pudieron ser socializados por políticas y reglamentos internos.

Y por último, se analizó la cuenta de *Twitter* del canal para conocer su alcance, tipo de seguidores, contenidos populares mediante la herramienta digital *Twtrland*.

Los horarios con mayor movimiento en la cuenta de *Twitter* de Ecuavisa no resultaron ser los mismos que plantearon los especialistas en periodismo digital. Por ejemplo, el lunes 1 de junio hubo 125 tuits en total, y un poco menos de la mitad (52) estuvieron dentro de los rangos de tiempo establecidos para el análisis.



¹² *Community manager* de la página *web* y redes sociales de Ecuavisa.

¹³ Analista de audiencias de Ecuavisa.

Para Viteri, se trata de no “bombardear” ni “estresar” al usuario durante esos períodos porque considera que es un método “desesperado” para simplemente buscar mayor atención. Añade que no se tuitea más durante esos horarios que sabe son de mayor interacción, pues la información ya está en el sitio y lo que se encargan de hacer es resumir lo más importante del día en un video llamado Noticias de un minuto.

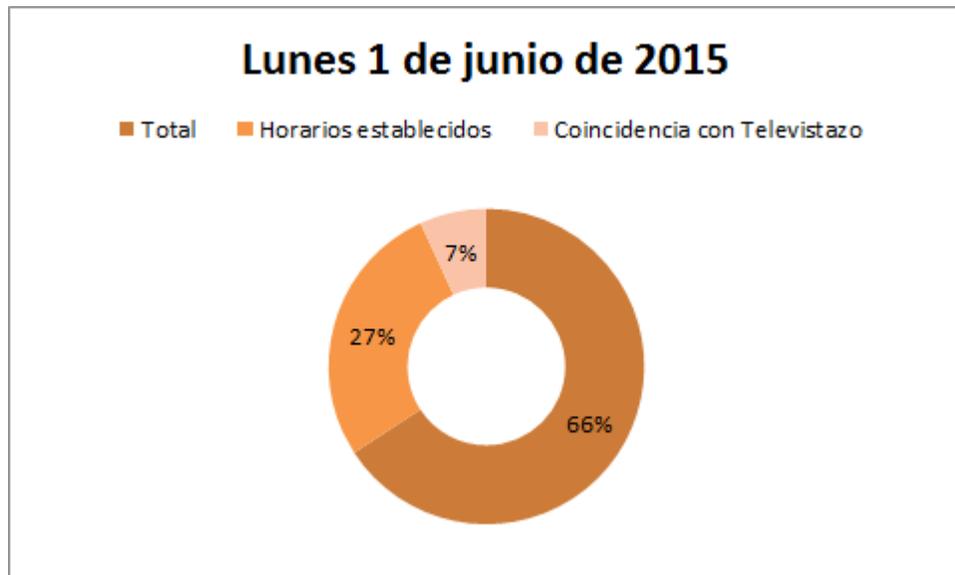
En un tema que coinciden Viteri, Morán y Espinosa es que, principalmente, las redes sociales se manejan por el flujo de información diaria y van a depender mucho más de las coyunturas del país, de la programación y estilo del medio de comunicación al elegir qué prefiere comunicar y cómo.

Espinosa considera que no hay horarios definidos en los que se tuitea más, pero existen hábitos de consumo definidos por determinados grupos de usuarios. Esos horarios, como lo plantea Susana Morán, deben ser un parámetro significativo a la hora de informar.

Continuando con el análisis del lunes 1 de junio, hubo 13 coincidencias de temas entre las dos plataformas (*online* y *offline*) durante el día. En la noche (horario más apropiado para tuitear, como aseguraron los expertos), se publicaron 13 tuits (de los 125) y solo tres de estos fueron a la par con los noticieros.

Viteri considera que el *prime time* en redes sociales sería el mismo que en televisión, encontrando el rango de 21h30 a 22h00 como el pico más alto. Refiere que no se tuitea con gran intensidad durante ese lapso de tiempo porque “la actitud de las personas en redes sociales es diferente”, buscan un poco más de calma pues se encuentran saturados del trajín cotidiano.

Cabe mencionar que dos de los temas tratados (tragedia en Nigeria y visita de la selección ecuatoriana de fútbol a Panamá) se repitieron en varios tuits durante ese día.



Además, de los 13 tuits que se encontraron en el horario nocturno, tres temas son nacionales o de contenido propio, mientras 8 son asuntos internacionales elaborados con material de portales extranjeros y los dos restantes, son anuncios publicitarios de programas producidos por el canal.

Como profesor de nuevos medios, Espinosa desaprueba esta actitud de los medios de comunicación: menciona que los contenidos digitales deben ir enlazados al contexto y a lo que la gente está haciendo (en el entorno nacional), de lo contrario se trata de tuits lanzados al aire y sin sentido que “llenan el *timeline*”, pero evidencian una estrategia ineficaz.

A nivel de ambos noticieros analizados (13h00 y 20h00 del lunes 1 de junio), los temas en concordancia con la agenda digital fueron en su mayoría internacionales y de espectáculo. Salvo por un tema en el noticiero nocturno

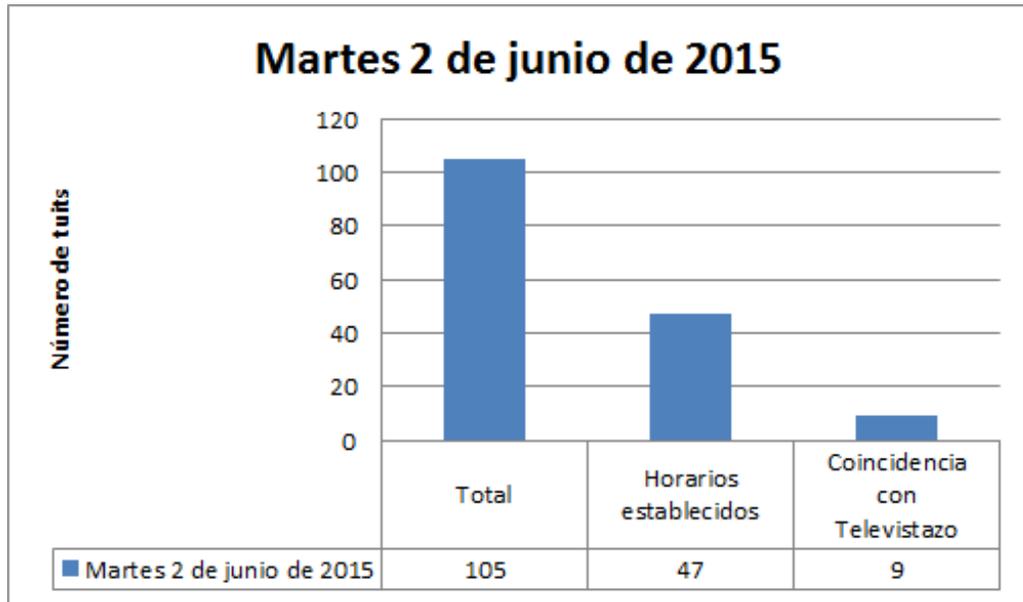
(Consejo Nacional Electoral niega revocatoria de mandato de asambleístas) que fue producido por el canal y tuvo extensión hacia la cuenta de *Twitter*.

En ese sentido, se evidencia la observación que realiza el autor del sitio *web* www.coberturadigital.com, acusando que las estrategias de los canales de televisión se orientan más hacia el *marketing* y a conseguir mayor tráfico, sin enfocarse en la fidelización e identificación del usuario con las plataformas *online*. Esta característica la proporcionó también la plataforma digital *Twtrland* en cuanto a las habilidades e influencias del medio de comunicación.

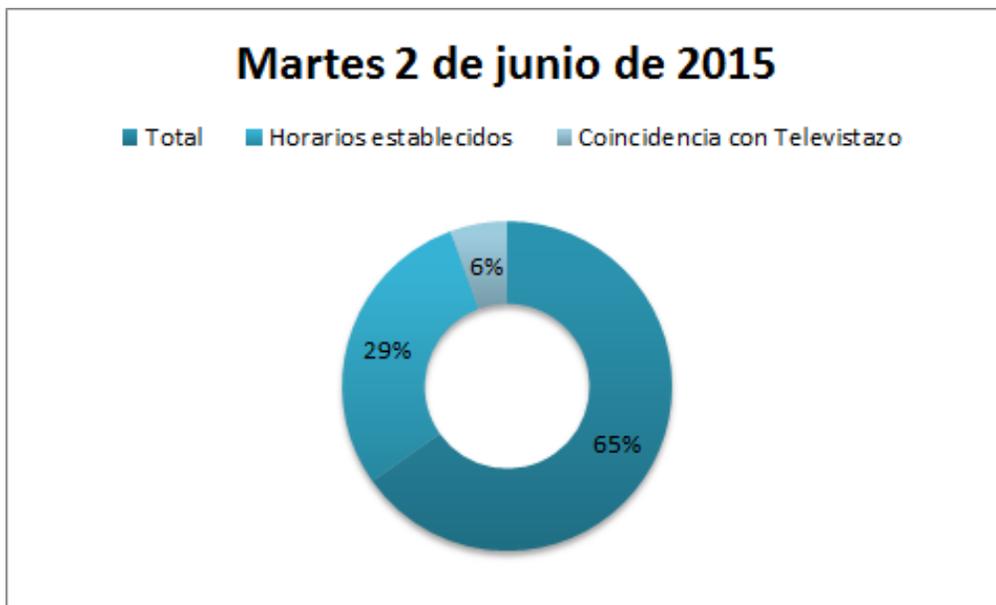
El *community manager* ‘cabeza’ (como se cataloga Viteri) sustenta que el contenido propio es lo primordial en Ecuavisa, sin embargo, no es lo que se refleja en el presente estudio. Y Susana Morán considera que cuando el objetivo principal del medio de comunicación es crecer en audiencia y atraer nuevos públicos, va a dejar a un lado los temas pesados o contundentes y publicará sobre asuntos más llamativos, pero banales finalmente.

Ella bautiza la acción como ‘prostituirse por tuits’, por el hecho de degradarse o descender el nivel de contenidos por conseguir mayor número de clics. Se ha podido evidenciar que Ecuavisa intenta agradar a sus usuarios mediante la viralización de contenido llamativo, pero vacío; cuando su meta principal debería ser la generación de *feedback* para así conseguir aumento en la audiencia, como señala Espinosa.

Y el patrón se repite en los días siguientes. A continuación, se adjuntan las gráficas correspondientes al martes 2 de junio.



Hay que notar que apenas el 6% del contenido total (105 tuits) durante el día coincidió entre las agendas paralelas del medio.



Christian Espinosa asegura que los medios de comunicación buscan publicar más y mediatizarlo todo, sin buscar sentido de unidad en sus contenidos,

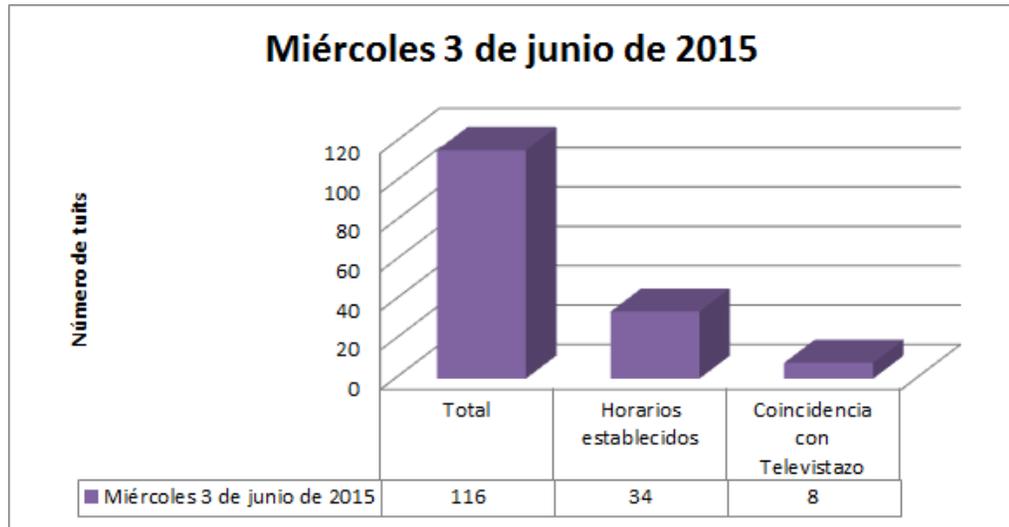
refiriéndose incluso al manejo de varias cuentas a la vez como dispersión y falta de estructura clara.

Sobre ello, Viteri refiere que cuando plantearon la reingeniería del departamento *web* del canal, se dividió la matriz en *Twitter* @Ecuavisa en cinco cuentas (@EcuavisaShow, @CodigoFutbol, @ComunidadGye, @ComunidadQuito, @EcuavisaInter) donde notaron segmentos de mercado que podrían destacar y hacer crecer.

Pero Susana Morán difiere en este criterio luego de manejar varias cuentas de un mismo medio (trabajó en la redacción *web* de Diario El Comercio). Considera una decisión innecesaria, al notar que todos los contenidos pasan por la cuenta matriz. En este caso, ella indica que @Ecuavisa debería estar conectada con todas las áreas del canal y ser la primera en informar qué está pasando fuera del mismo, además de observar las tendencias de conversación entre usuarios de Internet.

Las redes sociales, en general, no son utilizadas como lo que son: espacios de interacción, de conexión y formación de comunidades, recalca el periodista. Mientras tanto, Morán corrobora que *Twitter* es un complemento al medio de comunicación, que añade algún valor a la información, o incluso es un sitio para brindar entretelones de coberturas.

Sin embargo, en los pocos contenidos de producción del canal no se evidenció enriquecimiento de la información del noticiero hacia la plataforma *online* (el análisis del martes 2 de junio arrojó que de los 47 tuits en los horarios establecidos, solo 5 temas de los que coincidieron entre ambas agendas fueron nacionales). La labor del redactor *web*, comenta el coordinador *web* de Ecuavisa, es recopilar la información relacionada al noticiero y postearla en la página www.ecuavisa.com para luego empezar a tuitearla.



Los contenidos no gozan de valor agregado, como sugieren los especialistas. Además, como se ha podido comprobar, más de la mitad de los temas que se comparten en redes sociales (en este caso *Twitter*) no tienen concordancia con los noticieros, tratándose de información extranjera y muy ajena al entorno, distante a los hechos que ocurren donde se encuentra el canal de televisión.

Viteri asegura que el público al que se dirige @Ecuavisa es de 18 a 65 años, por el estilo con el que escriben y por tratarse de una cuenta “seria y respetuosa”. Y, que quienes más interactúan son usuarios entre 18 y 40 años. Sin embargo, según la herramienta digital *Twtrland*, la mayoría de seguidores (53%) son jóvenes entre 18 y 24 años; este resultado responde claramente al tipo de contenido que se postea.



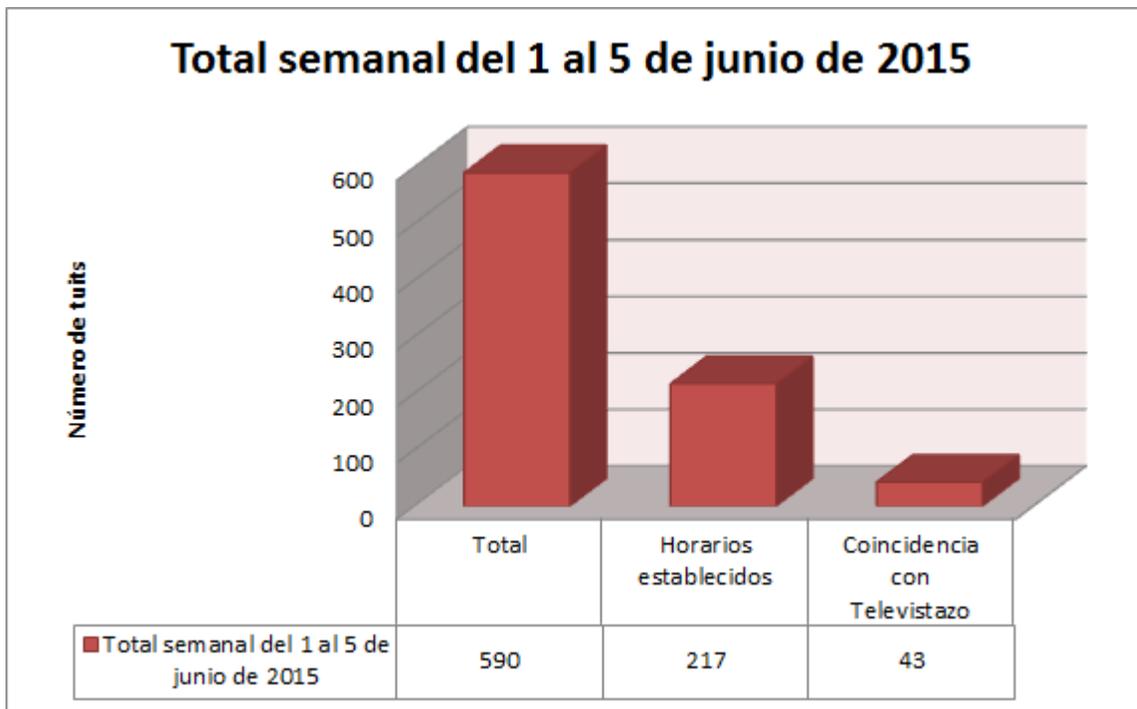
Ocho tuits de los 116 del día miércoles 3 de junio tuvieron concordancia con los noticieros Tevistazo. De los 31 temas del noticiero de 13h00 y 18 del estelar (20h00), ocho tuvieron repercusión en *Twitter*. Respecto a ello, Morán considera que el estilo de los contenidos en redes sociales, se debe mantener en sintonía con el noticiero y darle así valor al trabajo propio y más que nada, a la agenda noticiosa.

En ningún momento desmerece la importancia de las redes sociales y el impacto que poseen. Asegura que en *Twitter* se encuentran necesidades y preocupaciones que funcionan como medio de información y de referencia para conocer lo que se comenta entre la audiencia, pero que no deben considerarse datos esenciales ni mucho menos deben desplazar la agenda del medio informativo. Por lo menos, recalca que debería existir concordancia entre ambas agendas y estas a su vez, en sintonía con el acontecer nacional.

¹⁴ Los gráficos fueron elaborados en base al análisis de tuits de @Ecuavisa. Los correspondientes al jueves 4 y viernes 5 de junio se encuentran en Anexos.

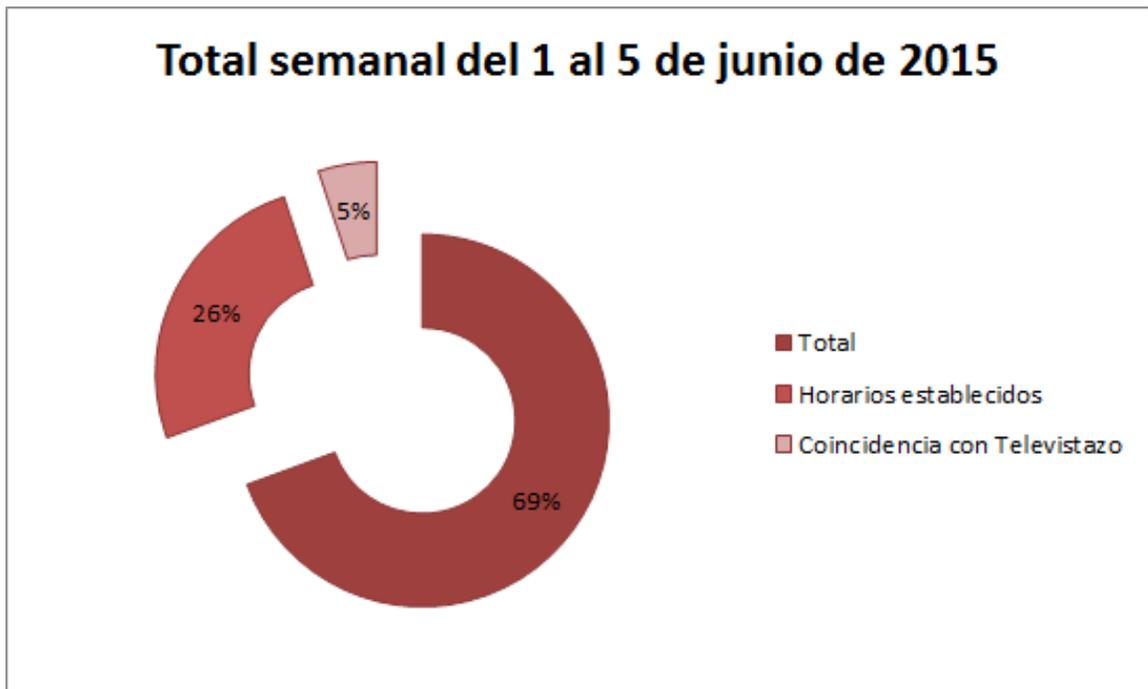
El miércoles 3 de junio hubo ocho coincidencias entre las agendas. Cinco de los 8 temas mencionados, se encontraron en el noticiero de 13h00 y los otros tres en Televistazo 20h00. Además, de estos ocho temas hubo repetición de 4 entre los dos noticieros de Ecuavisa: escándalo de corrupción en la Federación Internacional de Fútbol (FIFA), nueva causal de divorcio, naufragio en China y nuevo reglamento de Superintendencia de Bancos.

Para concluir, los temas presentados en *Twitter* durante la semana del 1 al 5 de junio que tuvieron repercusión en los noticieros Televistazo de 13h00 y 20h00 fueron 43, de los 590 analizados.



Los contenidos *online* de la semana mencionada alcanzan apenas el 5% de concordancia en comparación a un gran 69% de temas que no fueron mencionados en la plataforma *offline* del medio de comunicación. Es decir,

estos contenidos se produjeron para la agenda digital, pero no para los noticieros televisivos.



A modo de resumen, se realizó un listado de las características del medio de comunicación Ecuavisa en *Twitter*, tratando de integrar las técnicas de investigación utilizadas en el análisis.

- ❖ Preponderancia de información internacional, tomada de portales extranjeros.
- ❖ Estrategia inclinada hacia el *marketing*, generación de tráfico y crecimiento de la comunidad de seguidores.
- ❖ Desvinculación entre el estilo utilizado en la cuenta de *Twitter* y los noticieros Televistazo.
- ❖ Dicotomía en la esencia del medio de comunicación en redes sociales y televisión.
- ❖ Disparidad entre agendas *online* y *offline*. Se encaminan por vías paralelas, con muy poca sinergia y falta de estructura clara.
- ❖ Divergencia de marca en redes sociales, distanciamiento del concepto de noticias planteado en el canal de televisión.

- ❖ Viralización de información trivial, desligada al contexto del país y situaciones de actualidad.
- ❖ Difusión de contenidos dispersos, carentes de personalidad del medio de comunicación.
- ❖ Emisión de gran cantidad de tuits en la plataforma, sin lograr interacción e identificación con el público.
- ❖ Falta de identificación de la audiencia.
- ❖ Carencia de impacto de temas establecidos en la agenda del noticiero hacia la cuenta @Ecuavisa¹⁵.
- ❖ Escaso número de tuits en los horarios de mayor interacción de los usuarios.
- ❖ Bajo nivel de usuarios, según parámetros de edad e influencia.
- ❖ Clara ventaja por parte del noticiero frente a las redes sociales.
- ❖ Falta de valor agregado en los contenidos para página *web*.
- ❖ Desinterés por crear vínculos con la audiencia de *Twitter*.

13. Conclusiones

Mediante el análisis realizado por una semana (tomando en cuenta los días laborales) de la cuenta de *Twitter* de Ecuavisa en los horarios que los expertos califican como de mayor tráfico e interacción de usuarios, y comparando los contenidos publicados con la agenda de los noticieros Televistazo de 13h00 y 20h00, se ha podido evidenciar que no se maneja un concepto claro y ordenado entre ambas plataformas.

La principal dicotomía que se ha encontrado es que mientras en cada noticiero se abordan de 15 a 30 temas (dependiendo del día y las coyunturas), en la cuenta de *Twitter* se publican (en días hábiles) mínimo 100 tuits, incluso repitiendo ciertos temas y resulta una diaria avalancha de contenidos, que a la larga no logran ser consumidos por los usuarios.

Por otro lado, de los temas que se tratan en los noticieros, un mínimo porcentaje tiene repercusión en *Twitter*¹⁶. Y la mayoría de los temas que son

¹⁵ Se tomó de referencia el jueves 4 de junio, de los 54 temas entre los noticieros Televistazo de 13h00 y 20h00, 7 tuvieron repercusión en la cuenta de *Twitter*.

publicados en la red social solo son elaborados para esta plataforma, no son tratados en Televistazo. Corresponden a información internacional o en general, a contenidos que para nada basan su selección y producción en base a criterios periodísticos.

Este resultado permite notar el mínimo nivel de importancia que se otorga a la agenda de los noticieros, para la que trabajan diariamente un grupo de profesionales tomando en cuenta pautas para la determinación de noticias.

Se tendría que investigar a profundidad si realmente los públicos en la plataforma digital son tan “diferentes” del medio *offline* en cuanto a gustos e intereses, como aseguró Viteri.

Asimismo, se evidenció poca interacción con los reporteros, encargados de realizar coberturas y recopilar información. De aquí, se infiere que en redes sociales y página *web*, sitios donde justamente se permite ampliar la noticia, los contenidos no cuenten con fotografías, videos o audio (valor agregado).

El noticiero que se transmite por televisión se nutre de las redes sociales y de la página www.ecuavisa.com, desde dos amplios frentes:

- ❖ El noticiero almacena sus contenidos (en vivo y anteriores) en la página *web*.
- ❖ En ecuavisa.com se replican las noticias (en texto y video) que se han transmitido por televisión.

Mientras que en *Twitter* los contenidos son pobres y no se nutren de Televistazo.

- ❖ Más de la mitad de los tuits no corresponden a temas de la agenda de los noticieros.

¹⁶ El viernes 5 de junio se trataron 34 temas en Televistazo 13h00 y 21 temas en Televistazo 20h00, solo 6 temas coincidieron en la red social.

- ❖ Prevalecen los temas internacionales sobre la producción del canal¹⁷.
- ❖ Las noticias de Televistazo se repiten en ecuavisa.com sin ampliarla, ofrecer mayor detalle o generar datos extra.

El impacto que está generando la cuenta @Ecuavisa en *Twitter* respecto a sus seguidores y una comparación con otros medios de comunicación son también interesantes aristas a considerar en futuras investigaciones, con las que se mostraría la validez de la estrategia aplicada por el canal de televisión.

La relación entre las plataformas podría ser recíproca y proactiva, logrando que ambas se beneficien. Sin embargo, se trata de una estructura poco ordenada y carente de personalidad. No se visualiza sinergia entre ambas vías informativas, a pesar de pertenecer a un mismo medio de comunicación no mantienen el estilo.

Estas características desencadenan en la popularidad que obtiene en el sitio *online*. El público al que llega principalmente son: usuarios casuales, de poca influencia con 70% frente a 25% de usuarios poderosos.

Y en cuanto a edades, el grupo que lidera es el de jóvenes de entre 18 y 24 años, con 53%. Se trata de una audiencia grande en cuanto a cantidad pero baja en calidad. Los usuarios con verdadera capacidad de decisión e influencia en la sociedad, podrían oscilar entre los 25 y 64 años, edades que no suman ni la mitad de seguidores (47%).

Este parámetro difiere con el carácter “serio” de la plataforma *offline*, que transmite diariamente noticias de interés nacional, elaboradas con “gran

¹⁷ Se tomó como referencia el viernes 5 de junio en los horarios: 7h00, 9 de los 10 tuits corresponden a temas internacionales, el tema restante es promoción a un programa del canal; a las 12h00 fueron de producción internacional 7 de los 15 temas; y a las 19h00, 10 de los 16 temas fueron producidos por el canal. En total, 22 son temas de portales extranjeros (51% del total del día).

responsabilidad y compromiso social”¹⁸ como parte de su quehacer periodístico; informaciones, que además se basan en temas políticos, económicos y sociales.

Un resultado interesante es que el 68% del total de seguidores son mujeres. Se trata de un segmento de población bastante numeroso (919.042) y nicho de mercado que se podría explotar y hacer crecer mediante contenidos basados en sus necesidades e intereses. Entonces, el medio debería replantear cuáles realmente son sus públicos prioritarios.

El director nacional de la agencia internacional de medios UM Curiosity Works, Juan Manuel García, explica que los usuarios se conectan con mayor frecuencia desde dispositivos móviles para tener información en tiempo real y desde cualquier lugar. Y añade, que gracias a esta necesidad de relacionarse “los contenidos asociados a entretenimiento y deporte son en los que hay mayor involucramiento. Es frecuente comentar sobre noticias, pero es mucho más común que haya comentarios asociados a un tema de entretenimiento, novelas o deportes” (El Comercio, 2014).

La premisa de que ‘calidad es mejor que cantidad’ se aplica a los resultados obtenidos del análisis. Publicar más tuits no significa que se va a generar mayor alcance de la cuenta, interacción o identificación de los usuarios; difundir contenido completo, veraz y afín al contexto por el contrario, sí se establece como una estrategia que promete afianzamiento del público digital y a su vez, crecimiento de la comunidad (de usuarios poderosos en influyentes, no de usuarios casuales o novatos).

¹⁸ Frase tomada de www.ecuavisa.com en el apartado El Canal.

El hecho de contar con un alto número de seguidores en redes sociales no representa el renombre del canal ni asegura efectividad en cuanto a consumo de contenidos o verdadera popularidad.

Al no estudiar la audiencia, no preparar contenidos dirigidos a ellas, ignorar las tendencias, intereses y necesidades que poseen, se corre el riesgo de omitir valiosos comentarios y críticas, que consecuentemente van a desencadenar en la indiferencia de unpreciado público que difícilmente se podrá recuperar.

Si bien es cierto, aún falta mucho por aprender en el tema de nuevos medios, como señaló Susana Morán. Ella destacó el trabajo que se ha realizado, en base a prueba-error como señaló Viteri también. Se ha avanzado más que nada en el crecimiento de audiencias: aumento en el número de seguidores. Sin embargo, no se debe olvidar que los medios de comunicación se deben a un público que exige información de calidad.

14. Recomendaciones

Tras haber establecido conclusiones sobre el análisis realizado, se plantean algunas recomendaciones en cuanto al departamento *web* y los contenidos que producen:

- Establecer un manual de estilo claro y estructurado, con pautas acerca del tratamiento de noticias para *web* y para cada red social, manejo y selección de temas, vinculación con la agenda del medio de comunicación, planteamiento de estrategia *online*, unidad en el estilo del canal de televisión. Este folleto debe ser proporcionado por los directivos del medio de comunicación.
- Definir objetivos puntuales para la plataforma *online*, revisar su cumplimiento y aspectos a mejorar.
- Estudiar la audiencia digital y producir contenidos dirigidos, basados en criterios periodísticos.
- Aumentar la cifra de usuarios poderosos e influyentes a través de mayor análisis en los temas y mejora del nivel de contenidos.

- ❑ Añadir valor agregado a las publicaciones en la página *web* y redes sociales, ampliar la noticia proporcionada por los noticieros a través de interacción con los reporteros.
- ❑ Lograr identificación del seguidor con la plataforma digital y afianzamiento del público mediante desarrollo de contenido integral e interacción con el lector, quien debe asumir su rol participativo.
- ❑ Utilizar *hashtags* en temas de mayor relevancia e impacto a nivel nacional o local. Conseguir *feedback* por parte de los usuarios, registrar y concentrar la información y escalar los contenidos a nivel de la agenda noticiosa.
- ❑ Lograr mayor número de publicaciones durante los horarios que cuentan con más tráfico de audiencia, dejando los contenidos más importantes para segmentos del día con alto índice de usuarios conectados.
- ❑ Plantear estrategia conjunta entre la información de los noticieros y las cuentas en redes sociales, y de promoción de contenidos entre ambas agendas *online* y *offline*.
- ❑ Generar foros y espacios de debate, en los que el usuario se sienta atendido y escuchado. Incluso, se podría implantar poco a poco la idea de periodismo ciudadano para brindar otro enfoque a las noticias en los nuevos escenarios mediáticos.
- ❑ Supervisar los contenidos de las distintas cuentas en redes sociales a través de un gran coordinador, especializado en nuevos medios, considerando métricas en la calidad y cantidad de contenidos. Registrar el cumplimiento de las normas establecidas, evitando principalmente que los espacios digitales caigan en la rutina y mecanicismo. Monitorear las redes sociales constantemente, estableciendo pautas para realizar seguimiento.

Bibliografía

- Acosta, M. (2004). **Tecnología y nuevas tecnologías de comunicación: reflexiones desde una perspectiva histórica**. Primer Congreso Virtual Latinoamericano De Educación a Distancia. Recuperado el 27/06/2013 de <http://bit.ly/1gVJVlg>
- Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (2015). **Estadísticas de Internet Abril 2015**. Disponible en <http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=10298&force=0>
- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (2015). **Dos audiencias por el intento de golpe de Estado en Ecuador se registraron este lunes**. Disponible en <http://www.andes.info.ec/es/noticias/dos-audiencias-intento-golpe-estado-ecuador-registraron-este-lunes.html>
- Bograd, C. (13 de julio de 2015). **Datos acerca de rating de Ecuavisa y su prime time**. (C. Gallardo, Entrevistador)
- Cabero, J. (1994). Nuevas tecnologías, comunicación y educación. **Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación**, (3), 14-25. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=3&articulo=03-1994-04>
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. **Revista Latina de Comunicación Social**, (63), 287-293. Recuperado de http://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html
- Carofilis, E. (2014). **Estudio de caso del proceso comunicativo del experimento de periodismo ciudadano 'Paparazzi Electoral', implementado por el canal de televisión ecuatoriano Ecuavisa durante la jornada electoral del 17 de febrero de 2013**. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/1596/1/T-UCSG-PRE-FIL-CSS-29.pdf>
- Cebrián, M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. **Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación**, (17), 15-24. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=33&articulo=33-2009-03>
- Cobertura Digital. (2014). **Twitter en Ecuador ya sobrepasa la cifra del millón de usuarios**. Disponible en <http://www.coberturadigital.com/2014/04/01/twitter-en-ecuador->

- [sobrepasa-la-cifra-del-millon-de-usuarios/](#)
- Cobos, T. (2010). **Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos**. Tecnológico de Monterrey, Monterrey. Recuperado de <http://bit.ly/1Jh3dCV>
- Espinosa, C. (17 de junio de 2015). **Características de Twitter y su manejo para un medio de comunicación**. (C. Gallardo, Entrevistador)
- Fainholc, B. (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. **RED - Revista de Educación a Distancia**, (26), 1-12. Recuperado de <http://www.um.es/ead/red/26/fainhold.pdf>
- Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. **Comunicar: Revista Científica de Edocomunicación**, (17), 73-81. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10272/2843>
- García-De-Torres, E, Yezers'ka, L, Rost, A, Calderín, M, Edo, C, Rojano, M, Said-Hung, E, Jerónimo, P, Arcila, C, Serrano-Tellería, A, Sánchez-Badillo, J, Corredoira, L. (2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. **El profesional de la información**, (20), 611-620. Recuperado de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2011/noviembre/02.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). **Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2012**. Disponible en http://www.inec.gob.ec/sitio_tics2012/presentacion.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). **Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2012**. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=Lss5wgGyl8g>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). **Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013**. Disponible en http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
- Jódar, J. (2010). La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. **Razón y Palabra**, (71), p. 42. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- Katz, R, Chrousos, P, Wu, H. (2008). La sobrevaloración de las redes sociales en Internet. **Enter**, (81), 1-5. Recuperado de http://www.anobium.es/docs/gc_fichas/doc/19LSUfghru.pdf
- Llorente y Cuenca. (2014). **Mapa de poder en la red. Influyentes online en Ecuador**. Disponible en <http://www.mapadepoderecuador.com/>
- Morán, S. (29 de junio de 2015). **Características de Twitter y su manejo para un medio de comunicación**. (C. Gallardo, Entrevistador)
- Meneses, G. (2007). **NTIC, interacción y aprendizaje en la universidad**.

- Cataluña: Universitat Rovira i Virgili, Cataluña. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10803/8929>
- Muriel, S. (2008). ¿Por qué tuitear?: Twitter: lo que cada uno quiere que sea. *Bit*, (169), 58-59. Recuperado de <http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit169/58-59.pdf>
- Palacios, M, Díaz, J. (2009). **Ciberperiodismo: métodos de investigación** [Archivo PDF]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10810/15103>
- Redacción Sociedad. (2014, 17 de agosto). El uso de Internet en Ecuador creció 11 veces en siete años. *El Comercio*. Disponible en <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.html>
- Rodríguez-Martínez, R, Codina, LI, Pedraza-Jiménez, R. (2010). Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación. *El profesional de la información*, (19), 35-44. Recuperado de http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/13140/Pedraza_epi_1.pdf?sequence=1
- Sabés, F, Verón, J. (2013). Las redes sociales como herramientas para la comunicación cultural en los nuevos contextos interactivos. En F. Cabezuelo (ed.), *Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo* (pp. 124-133). Aragón: Asociación de Periodistas de Aragón. Recuperado de <http://decimocuarto.congresoperiodismo.com/pdf/libro2013.pdf>
- Tarazona, L, Ruiz, L. (2012). El Twitter: Una poderosa herramienta política. *Revista SCHEMA*, (2), 103-121. Recuperado el 18/07/2013 de <http://www.polisemiadigital.com/schema/images/revista2/articulo07.pdf>
- Tello, E. (2008). Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, (4), 1-8. Recuperado de <http://www.uoc.edu/rusc/4/2/dt/esp/tello.pdf>
- Universidad Carlos III de Madrid. (2011). **Los periodistas prefieren Twitter, según un estudio de la UC3M**. Disponible en http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/repositorio_noticias/noticias_generales/ADD65827FFCD9B84E04075A36FB01B31
- Viteri, A. (2 de julio de 2015). **Datos acerca de Ecuavisa en Twitter y su acercamiento a la agenda de contenidos offline**. (C. Gallardo, Entrevistador)
- Zanoni, L. (2008). **El imperio digital: el nuevo paradigma de la comunicación 2.0** [Archivo PDF]. Recuperado de <http://bit.ly/1PI3ncx>

Glosario

Se intentó definir algunos de los anglicismos o términos extranjeros relacionados al proyecto de investigación.

- ✓ Community manager: Administrador o gestor de la comunidad digital, maneja cuentas en Internet y/o lidera una marca.
- ✓ Embed: Incrustar o agregar un elemento audiovisual a una página web desde otro sitio web.
- ✓ Feedback: Reacción o respuesta a los contenidos que se expongan en determinado sitio digital.
- ✓ Hashtag: Palabra o conjunto de palabras seguidas del símbolo #, conformando una etiqueta que concentra los contenidos referentes a un mismo tema. Esta herramienta se utiliza en Twitter.
- ✓ Link: Enlace o hipervínculo hacia otro archivo mediante la dirección URL.
- ✓ Microblogging: Servicio que permite a sus usuarios enviar breves mensajes a través de su plataforma. El término se asocia a Twitter.
- ✓ Millennials: Generación nacida entre las décadas de los 80 y 90, llamados así por pertenecer al nuevo milenio. Se vincula este grupo con las nuevas tecnologías y redes sociales.
- ✓ Offline: En relación a lo que se encuentra fuera de la *web*, que se encuentra desconectado.
- ✓ Online: Se refiere a lo relacionado a Internet, en conexión o en línea con la plataforma digital.
- ✓ Open journalism: Periodismo inclinado hacia el uso de medios y tendencias digitales.
- ✓ Prime time: Franja horaria en la que se alcanza mayor audiencia, por el número de televisores encendidos. Horario estelar.
- ✓ Ranking: Listado de elementos de acuerdo a criterios de valoración.
- ✓ Rating: Índice de audiencia que consume un programa radial o televisivo.
- ✓ Reality show: Espectáculo de la realidad. Programa de televisión donde se representan actividades cotidianas de determinados personajes.
- ✓ Retweet o retuit (RT): Significa reenviar o compartir una actualización de otro usuario en Twitter.
- ✓ Smartphone: Teléfono inteligente, funciona del mismo modo que un computador pero al alcance del bolsillo. Cuenta con acceso a Internet y permite el uso de aplicaciones multifuncionales.

- ✓ Scroll o scrolling: Desplazamiento de contenidos a través de una pantalla o ventana que se muestre en alguna aplicación digital.
- ✓ Target: Objetivo al que se planea llegar. Se refiere al grupo específico o público al que se dirigen ciertos contenidos.
- ✓ Timeline: Línea de tiempo donde se representan contenidos cronológicamente.
- ✓ Tweet o tuit: Se refiere a un breve mensaje publicado en Twitter.
- ✓ Twitrear o tuitear: Acción de publicar algún tipo de contenido en la red social.
- ✓ Twitter: Red social que permite publicar breves informaciones en Internet.
- ✓ Unfollow: Acción de dejar de seguir a un usuario (principalmente en Twitter).
- ✓ Viralizar: Propagar, multiplicar, reproducir contenidos de manera amplia y exponencial hasta ganar popularidad sin necesidad de publicidad o agentes externos.
- ✓ Web: Contenido que se encuentra en Internet.

ANEXOS

10.1 Entrevistas con expertos digitales y ejecutivos del medio de comunicación

Entrevista #1 (Experto)

Nombre: Christian Espinosa

Cargo: Director de sitio *web* Cobertura Digital

Fecha: Junio 17, 2015.

P= Pregunta

R= Respuesta

P: ¿Cuál es el horario que tiene mayor tráfico en *Twitter* y qué lo determina?

R: En un medio de comunicación es más relativo porque no son simplemente los horarios los que se manejan sino el contexto en que se publica. Ecuavisa por ejemplo, tuitea todo el tiempo; dependiendo de la coyuntura; si hay un partido de fútbol habrá mayor cantidad de tuits. Si hay un *reality (show)* o el noticiero en vivo, se preparan tuits para ese programa. Esas son estrategias que los medios deberían tomar en cuenta para atraer público: interacción entre programas en vivo y las redes sociales. Hay personas que están en las redes (sociales) y no están viendo la televisión. O hay quienes están conectados en ambas plataformas y así, se puede interactuar.

P: ¿Existe en *Twitter* un 'prime time' como el que se maneja en televisión?

R: Sí, sí existe. En las redes sociales hay hábitos de consumo de contenidos. De hecho, a nivel de celulares la gente se conecta por las mañanas al levantarse, al mediodía u hora de almuerzo y en las noches antes de dormir. De acuerdo a las horas, los medios deben producir contenidos pensados en lo que la gente hace. Si se consume desde un celular, deben elaborar contenidos para personas en movimiento. Otra franja de horario es para los noctámbulos, que están conectados después de las 10 de la noche (22h00).

Además, hay que diferenciar entre la hora en la que más se tuitea y la hora en que hay más gente conectada. Pueden no coincidir ambos parámetros. Y los medios deben basarse en los hábitos de consumo que existen: por la mañana, tarde y noche para fijar sus estrategias de comunicación. Se debe cotejar qué estrategias fijan los medios para cada franja horaria.

P: ¿Qué ocurre si durante el noticiero no se tuitea?

R: Si mientras se transmite el noticiero no se tuitea, entonces es un problema de estrategia, y eso debe cuestionarse. El contenido en redes sociales tiene que ir enlazado al contexto de lo que la gente está haciendo, si no son tuits lanzados al aire y eso no tiene sentido.

P: Muchos de los contenidos en las redes sociales son así...

R: La cuestión (para el medio) es llenar el *timeline* (línea de tiempo donde se visualizan las publicaciones en orden cronológico). La inquietud es que muchos medios lo que quieren es publicar más y no se dan cuenta que la cuestión es conectar con la gente. Los medios en redes (sociales) siguen pensando tal plataforma como un medio y no como un espacio social de interacción. *Twitter* es un espacio, sobretodo, para hacer comunidades.

Sin embargo, existe una diferencia. Ecuavisa maneja varias cuentas a la vez y se debe comparar un poco. La cuenta @ComunidadGye es muy interactiva. Se nota dispersión no solo en el tema del noticiero sino en las cuentas que varían dependiendo del programa. Cada cual, cada cual, ¿digamos no? Porque no hay una estructura clara entre las diferentes cuentas. No hay una integración en la estrategia propuesta sino que depende de la iniciativa de cada responsable.

P: La estrategia, en caso de que hubiera, está muy dispersa; o en todo caso, la técnica que se utiliza no va por un mismo camino...

R: No, ellos (responsables de la cuenta) tuitean y tuitean.

P: ¿Qué factores determinan los horarios que se manejan en *Twitter*?

R: Como dijimos, de acuerdo al contexto y al público objetivo que se apunta. De acuerdo también a lo que esté haciendo la audiencia.

P: En *Twitter*, ¿cómo se manejan las audiencias?, ¿los contenidos son dispersos o dirigidos a un público específico?

R: En el caso de un canal específico, se debe manejar de acuerdo a la programación y a las coyunturas del país. En redes (sociales) hay momentos en los que se complementa la programación con los tuits. La coyuntura nacional o local es la que marca la agenda de la cuenta. Todo esto tiene que estar planificado, pensado; no es cuestión de llenar el día (*timeline*) de tuits y ya.

P: ¿Qué opinión merece el uso de *hashtags*? Hemos visto que se utilizan en programas de entretenimiento o investigativos, pero en los noticieros no. ¿Por qué se da esto?, ¿Ud. lo consideraría factible?

R: Los noticieros deberían utilizar *hashtags* para poder desarrollar temas, para hacer más interactiva la agenda temática pero dentro del noticiero es más complicado a menos que haya coyunturas específicas. Ciertos segmentos, como la comunidad por ejemplo deberían tener *hashtags*. Sin embargo, tienen cuentas propias. Así también para iniciativas que desarrolle el canal, como: campañas de periodismo, invitar a proponer temas, encuentros con periodistas que manejan el programa. Se puede hacer mucho con los *hashtags*, no solamente publicar sino lograr interacción. Eso el noticiero puede explotar de la mejor manera, no solo para los concursos y realities que es donde más los vemos. Se puede escalar a nivel de la agenda noticiosa: el antes, durante y después de la noticia.

P: ¿Usted considera que en algún momento los públicos de las redes sociales y de los medios tradicionales se pueden unificar?

R: Los estudios dicen que de acuerdo a las generaciones, hay diferentes públicos. Los *millennials* (o generación digital) normalmente consume televisión por Internet (*YouTube* o canales digitales); en cambio, el usuario de 50 años sí ve televisión. Son dos públicos completamente distintos en cuanto a su manera de consumir. El público que está entre los 25 y 35 conjuga más a ambos mundos porque es una generación que justamente está en el medio de este cambio; pero quien sabe si de aquí en unos años ya las generaciones nuevas solo consuman Internet y la televisión también será por Internet. Las tendencias van hacia el consumo de Internet.

P: ¿Considera Ud. válido que exista una ‘estrategia dispareja’ entre la plataforma *online* y *offline*?, es decir que las agendas de contenidos no confluyan. O, ¿cree Ud. que detrás de eso exista un propósito?

R: Mi percepción es que las estrategias en los canales de televisión siguen siendo más de *marketing*, que de conectar con los usuarios y están más enfocadas a conseguir tráfico y esa es un arma de doble filo porque el usuario lo que quiere es sentirse identificado con el medio. Pinchará una vez el *link* de la página web pero solo de forma ocasional y eso no fideliza al usuario, entonces los medios están en una estrategia que a largo plazo no tiene futuro. Deben darse cuenta que la estrategia es contextualizar los temas y conectar con los usuarios y que los usuarios sean quienes les den el *marketing*.

P: Y a nivel internacional, ¿ya hay canales que utilicen una estrategia de conexión e interacción con el usuario?

R: Sí, se utilizan *hashtags* para que la gente comparta y debata. Hay una proyección del estilo que plantean los foros. Sin embargo, se puede hacer mucho más que un foro. Al menos la gente se encuentra y comenta, pero lo que importa no es aquello sino tener *feedback*, y generar *rating* de los contenidos. Que se logre medir aquello, pues no sirve de nada que haya quien comente si no existe alguien que esté midiendo eso, analizando qué gustó y qué no. Que se tomen métricas de calidad, de reacción del programa, de los contenidos en cuanto al fondo y forma. Las redes son el ranking de calidad. La televisión es un *ranking* que solo mide cantidad. En las redes se puede conocer el sentimiento del usuario frente al programa, y eso es algo que antes no se podía medir. De qué sirve tener un programa con *rating* en contra, un programa que no gusta a la audiencia.

Entrevista #2 (Experto)

Nombre: Susana Morán

Cargo: Periodista digital

Fecha: Junio 29, 2015.

P= Pregunta

R= Respuesta

P: ¿Cuáles son los horarios que se manejan en *Twitter*?, ¿hay horarios específicos en los que se tuitea más?

R: Sí. También depende de las coyunturas pero los expertos dicen que básicamente debe ser entre las 7h00 a 9h00, que la gente está en la calle revisando las últimas informaciones antes de ingresar a su trabajo, en la hora del almuerzo que se vuelven a conectar para revisar qué ha pasado durante el día (de 12h00 a 14h00) y en la noche es el horario más concurrido. Muchos dicen que el mejor para poder difundir y viralizar cosas, a partir de las 19h00 (hasta las 22h00) la gente se conecta a distintos dispositivos móviles para revisar la información del día y ver qué está pasando. Asimismo, los domingos por la tarde/noche son muy activos porque la gente se está preparando para la siguiente semana. Varía mucho por día, en *Twitter* se maneja por coyunturas y dependerá (principalmente) de eso.

P: En cuanto al *prime time* que se maneja en televisión, ¿Ud. cree que en *Twitter* existe un horario estelar?

R: Yo creería que son las noches pero también dependerá de la rutina. Por ejemplo, todo el mundo sabe que el noticiero es a las 20h00 y saben que a esa hora habrá información más completa, por eso creo que en el caso de *Twitter* se actúa más en función de la coyuntura.

P: Durante la transmisión del noticiero, ¿se debería tuitear o no?

R: Eso dependerá de los objetivos del medio. Hay estudios que afirman que la gente ve televisión y tuitea al mismo tiempo. Entonces si el medio quiere mantenerse conectado y presente en las dos plataformas lo puede hacer, y mucho mejor si los periodistas que han hecho esas informaciones pueden ir contando entretelones o narrando la noticia dándole un valor agregado. *Twitter* está para complementar al medio.

P: Pero, ¿qué tipo de contenidos se debe tuitear?

R: El medio es quien establece qué es lo que busca en redes sociales. Si quiere interactuar más, evidentemente va a tener que pegarse a los temas de conversación de ese momento, pero yo creo que es desacertado si en ese momento (el noticiero) se está hablando de protestas ciudadanas y en las redes sociales se está tratando sobre el último video de algún artista. Se quedaría pésimo porque es el momento del espacio informativo y el medio siempre tiene que darle valor al trabajo propio y sobre todo, a la agenda que maneja.

P: Es decir, ¿Debería manejarse agenda conjunta?, a pesar que los temas tengan distinto tratamiento y enfoques, lo cual es válido porque son plataformas distintas.

R: Un medio tampoco tiene que apegarse a las tendencias o a los temas que se comentan en *Twitter*. No puedes como medio de información serio meter esos temas y tendencias en tu agenda noticiosa, solo utilizarlos como medio de información y enterarse de lo que dice la gente para usarlo como referencia. Las redes sociales te sirven para sacar de allí muchos temas porque hay preocupaciones que por el día a día a veces se dejan pasar, y para tener una idea de lo que la gente está pidiendo; pero en todo caso no creo que los medios tienen que estar atrás de lo que se dice en *Twitter*, se puede tener en cuenta pero el medio siempre va a tener su agenda propia.

P: Es muy válida la acotación, pero le estaba planteando más bien lo contrario: ¿la cuenta de Twitter debe encaminarse más hacia los contenidos que se transmiten en el medio tradicional?

R: Eso dependerá del medio, si este quiere conseguir clics como sea, evidentemente va a dejar los temas informativos duros y se va a poner a tuitear de cualquier cosa (sexo, chisme, farándula, deporte incluso). Para el medio quizás esa sea la estrategia que está implementando porque su objetivo es crecer en audiencia, por ejemplo. De lo que he visto, quienes manejan las redes sociales siempre buscan atraer a nuevos públicos y para eso, tienen que 'prostituirse' con tuits, poniendo temas de sexo, de farándula, de chismes o incluso de crónica roja que llaman mucho más la atención. Lo cual, es para mí, prostituirse por usuarios y evidentemente es una solución que los medios se han planteado. Han dejado de plantearse estrategias de producción de información de calidad por información mucho más viral, que son temas por lo general de agencias de prensa o portales externos al país. Es una pena porque en esos espacios se podría difundir información de calidad, que vaya en sintonía con los hechos del país, y al menos que haya concordancia entre lo que está pasando en ese momento el canal (con la red social). No estar tuiteando todo el tiempo acerca del noticiero, pero sí se debería destacar al menos los temas de apertura.

P: En cuanto al manejo de los *hashtags*, ¿considera válido su uso dentro del noticiero?

R: Sí, por supuesto, mucho mejor incluso. Pero esos *hashtags* deben ser sobretodo propuestos por la gente. Yo he visto también que hay una carrera por *hashtags* entre los distintos medios y que cada uno quiere imponer el suyo, pero en realidad deberían adherirse al que está siendo más utilizado para poder concentrar los contenidos en unos pocos *hashtags*. En el caso de las protestas, el número de *hashtags* para identificar estos temas es tan diverso que a veces se pierde la posibilidad de hacer seguimiento de todo lo que se comenta alrededor del tema. Yo creo que ahí fallan mucho los medios de comunicación porque cada uno quiere imponerse, y lo que ocasionan es que la información se disperse.

P: ¿Por qué no se utilizan *hashtags* dentro del noticiero, tal como se hace en programas de entretenimiento o de investigación?

R: Es un detalle interesante. Quizás porque la información es muy diversa, y habría que poner un *hashtag* para cada tema. Yo incluiría los *hashtags* que utiliza la gente, sin embargo no puedes ponerte a crear delante de cada noticiero 30 *hashtags* para tus 30 notas, ni tampoco a todos los temas les puedes poner porque sería absurdo. Tal vez se podría poner a los (hechos) más importantes o si se habla de Guayaquil se crea este *hashtag*, logrando que este sirva para otras notas. En los titulares, tienes los cinco temas más importantes, entonces revisas qué *hashtags* se están utilizando y esos usas en tus tuits.

P: En canales internacionales, ¿cómo se utilizan los *hashtags*?, ¿ya se plantea el uso dentro de los noticieros?

R: En noticieros no he visto mucho, en programas de opinión sí. En cada programa se abre un *hashtag* diferente, pero es porque se va a tuitear de un solo tema; mientras en el canal se transmite el programa la gente puede comentar al respecto y me parece bastante buena la estrategia. En el caso de los noticieros creo que es más complicado por la variedad de temas que enfocan.

P: ¿Cuál es el *target* del público que utiliza redes sociales?

R: Es muy diverso. No se puede distinguir específicamente el público que accede a redes sociales, al menos en Ecuador es muy complejo. Lo que podemos más o menos es tener un perfil de quienes acceden a Internet gracias al INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). Sin embargo, *Twitter* siempre ha tenido la característica de ser una red más especializada, se supone que (para quien) ha llegado por lo menos a sus estudios universitarios, es una red colaborativa. Pero actualmente, también la utilizan mucho los adolescentes más que nada por los programas juveniles. Habría que hacer un estudio al respecto.

P: Basándome en Ecuavisa, que es mi objeto de estudio, se manejan varias cuentas de *Twitter*, ¿cómo considera esto?, ¿cómo debería manejarse la redacción *online* de un medio de comunicación para que no se rompa con el estilo del medio de comunicación?

R: Habría que preguntarse si el medio tiene un estilo escrito y difundido entre sus distintos *community (managers)* -responsables de los contenidos digitales-. Evidentemente tendrían que seguir algunas pautas, por ejemplo el tema de los *hashtags*. Sí debería haber coordinación para que el estilo sea uniforme y no se note que hay varias personas detrás. Creo que falta mucho aprendizaje en el tema de redes sociales y medios de comunicación pero creo que sí han hecho un trabajo interesante en los últimos años. Y como he dicho, si el objetivo era crecer en audiencia al costo que sea, pues me imagino que lo están consiguiendo porque he visto un crecimiento impresionante en muchos de los medios tradicionales. Pero se están olvidando de otra audiencia importante que los seguía por la información.

Además, es muy complicado en el caso de los canales específicamente, porque no solo tienen las noticias, también programas de entretenimiento. Por eso creo que en los canales debería haber un gran coordinador de las redes sociales de los distintos programas para que de acuerdo a los horarios, tengan más intensidad unas cuentas que otras.

P: Entonces, ¿considera como una estrategia válida que cada tipo de programa tenga su cuenta individual, o se trataría de dispersión de marca?

R: Sí, puede ser. En el caso de diario El Comercio, que es el más cercano que tengo se empezó a abrir cuentas como @CulturaElComercio, @QuitoElComercio, etc. pero a la final esta información pasaba por la cuenta matriz @ElComercio.com, así que fue innecesario y todas esas cuentas quedaron ahí, prácticamente muertas y funcionaba mucho mejor lanzar por la cuenta principal por el mayor número de seguidores, etc.

P: ¿Cómo debe ser el tratamiento de los contenidos para Twitter?

R: La cuenta principal de un medio debe estar muy conectada y coordinada con las distintas áreas de contenidos todo el tiempo, y debe ser la primera en alertar al medio de lo que está pasando afuera y de las tendencias de conversación; no quiere decir que van a hablar de aquello que se está viralizando en una red social sino que lo tengan en cuenta. Por ejemplo, algunos temas que en algún momento podrían entrar a la agenda o poner atención a ciertas conversaciones que luego podrían funcionar en algún contenido de la redacción si es que así fuera. Y por otro lado, tiene que haber un manual que pueda resumir todas estas pautas del manejo de redes sociales.

Entrevista #3 (Ejecutivo Ecuavisa.com)

Nombre: Alfredo Viteri

Cargo: *Community manager*

Fecha: Julio 2, 2015

P= Pregunta

R= Respuesta

P: ¿El canal cuenta con un manual de estilo?, ¿ustedes, los encargados de redes sociales lo manejan?

R: En nuestro caso, empezamos en el 2013 un proyecto, una reingeniería dentro del proyecto Ecuavisa.com que involucraba tanto al sitio *web* como a las redes sociales. En el caso de las redes sociales, nos encargamos la jefa de contenidos digitales de ese momento Clara María Reyes y yo, del manual de uso de redes sociales y la interacción en la personalidad que debían tener las diversas redes sociales. Sí diferenciamos los estilos para cada red social, de las que manejamos una comunidad diferente y también para cada cuenta.

P: ¿Cuáles son los lineamientos que manejan en *Twitter*?

R: Hoy en día, tenemos muy entendidas dos cosas: una, si te enteras de una noticia o quieres estar al día lo primero que vas a hacer es consultar tu cuenta de *Twitter* y lo otro es que los mensajes que nosotros ponemos en las redes sociales tienen que ser lo más completos posibles porque los usuarios (a menos que sea un tema demasiado interesante o un video muy entretenido y curioso) no le van a dar *click* a un *link* sino que se quieren enterar todo con solo un dedo, o sea solo bajando (refiriéndose al término *scrolling*) y listo. Últimamente hemos retomado ese aspecto periodístico de la cuenta *Twitter*, que no sea solo para promocionar las notas que hacemos en *ecuavisa.com*, sino que sea informativo. Las cuentas institucionales son cinco: la principal @Ecuavisa, @CodigoFutbol que es netamente para uso deportivo tanto de los programas como de noticias acerca de deportes, @EcuavisaShow que es más que nada para el entretenimiento (Ecuador Tiene Talento, Factor X Kids, Yingo), @EcuavisaInforma que es la cuenta del noticiero Televistazo, más que nada de los estelares de las 13h00 y 20h00; porque Contacto en la Comunidad Quito y Guayaquil tienen sus propias cuentas de *Twitter* (@ComunidadGye y @ComunidadQuito), además de @EcuavisaInternacional que manejan individualmente sus propios contenidos, pues tienen una grilla de programación completamente diferente. @Ecuavisa es la madre de todos.

P: ¿Es la principal y la que retransmite los contenidos que se cuelgan en cada una de estas cuentas, o no?

R: Hay contenidos que son netamente para las cuentas en sí. Por ejemplo, un caso esencial: al cubrir la tercera temporada de Ecuador Tiene Talento por @EcuavisaShow, (se hizo) minuto a minuto, tras cámaras, curiosidades y en @Ecuavisa dábamos un recordatorio de lo que estaba haciendo esta cuenta, porque sabemos que en @Ecuavisa no a todos les ha de interesar

seguir ni estar bombardeados de ese minuto a minuto (del *reality*). Siempre queremos evitar que nuestras comunidades se vean afectadas por contenido que no fue prometido y así ganarnos *unfollow* (acción de dejar de seguir determinada cuenta). No siempre usamos esa estrategia. Ese 'apadrinamiento' lo hacemos si hay una noticia de última hora deportiva, lo tuiteamos por @CodigoFutbol y que @Ecuavisa le dé un *retweet* (o retuit, acción de repostear determinado contenido de alguien más). Últimamente nos hemos dado cuenta que los segmentos de comunidad que manejamos en Ecuavisa son muy detallados con sus gustos. Gracias a *Twitter Analytics*, hemos determinado los gustos de los seguidores, de la comunidad. Por ejemplo, a quienes les gusta el entretenimiento es menos de un 10% de la cuenta de @Ecuavisa, por ello esta cuenta es más de noticias de tecnología, música, actualidad.

Al inicio del proyecto vimos que lo podíamos dividir en noticias, entretenimiento y deportes, tres segmentos de mercado que podíamos explotar y hacer crecer.

P: ¿Cómo se organiza el equipo de *community managers* dentro de la redacción?, ¿cómo logran preservar las políticas del medio y evitar el estilo propio en cada nota?

R: Como se ha manejado hasta ahora, hay un *community manager* 'cabeza', que soy yo, encargado de manejar estas cuentas. En el sitio *web* tenemos nuestros redactores, que también saben manejar redes (sociales). Entonces yo, decido a qué cuenta se deriva cada tema. En el caso de @EcuavisalInforma se le da un trato especial durante el noticiero porque es manejada más que nada por los directores de Televistazo de 13h00 y 20h00, pero también lo tenemos bajo nuestra administración para que durante las horas que no está durante el noticiero no sea una cuenta muerta sino una cuenta rica en información. Bajo mi filtro y gestión, tenemos ya dos años con el equipo de trabajo y hemos formado sincronía y sinergia entre nosotros, que yo no lo había notado; estamos muy cronometrados, por decirlo así. El criterio que empezamos manejando con la jefa de contenidos digitales, ya lo tienen también los redactores. Cada vez ese control, supervisión y vigilancia se va reduciendo para la autonomía del redactor, para que sepa en qué red puede ir lo que se está haciendo (el tema como tal).

P: Es decir, ¿organizan los contenidos para que no se repitan entre redes sociales o al menos, no con el mismo tratamiento?

R: Exactamente. De vez en cuando hay esa 'pelea' porque la rapidez de la primicia nos obliga a lanzar el mismo contenido por varias redes a la vez.

P: ¿Cómo organizan los horarios para tuitear en cada cuenta?

R: Eso es lo que se busca de parte de los directores de noticiero. En el caso específico de @EcuavisalInforma es más que nada de 9h00 a 12h00 y de 14h00 a 19h00. Es una cuenta que cobra mucha vida por los periodistas que se encuentran en la calle cubriendo la noticia tienen muy presente que al momento de hacer una cobertura digital (tuiteando una noticia, una foto,

video o actualización) tienen que mencionar a @Ecuavisa y @EcuavisalInforma para replicar esa información vía el periodista que sea. Además, tratamos de mantenerla activa en los horarios que no está el noticiero, porque no hay nada peor que una cuenta o red social muerta. Hay momentos en que no tenemos o fallamos, pero ya es cuestión de (falta de) tiempo.

En @CodigoFutbol las horas principales son de 8h00 a 22h00 pero cobra más vida durante los partidos, ya sea de eventos como la Copa América o del Campeonato Nacional porque nosotros (desde *Twitter*), siempre prometemos que: 'partidos como esos usted podrá seguir el minuto a minuto por @CodigoFutbol'.

P: Y en cuanto a la cuenta principal @Ecuavisa, ¿cómo se manejan los horarios para tuitear?

R: Alrededor de las 7h00 con Contacto Directo, que es básicamente quien 'abre' la red social hasta 23h00, que es cuando nuestro último redactor se va. Tenemos mucho material programado durante ese horario.

P: ¿Pero tienen lapsos de tiempo en los que tuitean más y en los que tuitean menos, o todo el tiempo tienen la misma intensidad?

R: Se lleva más por el flujo de información, que se ve hasta en los mismos noticieros. Casi siempre en la mañana es todo. Es cuando arranca el día y empiezan las conferencias de prensa, los boletines, las confirmaciones de noticias. Casi siempre las mañanas son de mayor intensidad porque no hay mayor compromiso para un canal, para un medio de comunicación que las personas amanescan informadas con uno.

P: ¿Cuál es el número de tuits por día?

R: Yo creo que manejamos alrededor de 100 o 115 tuits diarios. Más que nada los días hábiles, de lunes a viernes. Los sábados y domingos creo que debemos de bajar a 80 o 90.

P: ¿Tienen restricciones de parte del medio, en cuanto a temas que no pueden compartir en *Twitter*?

R: No, yo diría que han sido más bien dos años de prueba-error, que nos ha permitido más que nada saber lo que a nuestra comunidad no le gusta.

P: Y, ¿qué no les gusta a los seguidores de *Twitter* de Ecuavisa?

R: Es imperdonable una falta ortográfica. El usuario en redes sociales no respeta las faltas ortográficas en su propia (cuenta) red social, pero al momento que ve (un error de) un medio o una marca es el principal fiscalizador para remarcar el error. Además, al usuario no le gusta sentirse engañado.

Tratamos mucho de tener al lector contento, (no se trata) de esa fidelidad por el hecho de que se vayan con otro medio; sino de evitar ideas negativas en relación con la imagen de Ecuavisa.

P: ¿Y cómo eligen qué contenido publicar y qué contenido no?

R: Aprendimos del director de noticias, Darío Patiño: 'si uno no está seguro de una noticia, es como que esperar una amarilla que se ponga verde. Si no cambia a verde, no avances. Mantente en amarilla lo máximo que puedas'. Entonces, tratamos de ser lo mayor cuidadosos posibles, no solo por la vigilancia que sentimos que hay últimamente sino por el hecho de que hoy en día es muy fácil que un error que esté dos minutos al aire en televisión o redes sociales, se comparta y se tome como verdad.

P: Pero, en cuestión de temas ¿se elige todo o existe algún tipo de selección?

R: En el aspecto digital, nosotros manejamos noticias que sean parte del suceso diario o alguna noticia que viene acompañada de la programación que tenemos en pantalla. No manejamos mucho los espacios de opinión, como en otros medios de comunicación sí lo hacen. Sí manejamos editoriales, como críticas de libros, recomendaciones gramaticales, etc. Queremos ahora hacer simplemente información, que sea relevante, del día a día y que interese a nuestros seguidores. No se trata de una restricción, sino de una decisión no tomada.

P: ¿Cómo debe ser la redacción de cada tuit, de cada nota que publican, cómo enganchan a sus seguidores, cuál es la estrategia?

R: Con el paso de los años nos hemos dado cuenta que no hay peor cosa para un tuitero que una cuenta 'seria' publique títulos amarillistas, que grite sensacionalismo o desesperación. Como el caso de los vendedores 'tiburones', quienes se paran afuera de los *stands* y te dicen '¿quieres esto?, venga, venga'. Ese tipo de títulos es el que no podemos tener porque la verdad que le quita seriedad a la información y muestra desesperación por las visitas (en página *web* o redes sociales). Creo que desde el año pasado, nosotros empezamos la ley incluso de usar foto en todos los tuits, y esta debe ser referente a la noticia. Los (tuits) que tal vez no (llevan foto), son más que nada: 'Empieza Contacto Directo' (anuncio de un programa) o los que son de ciertas campañas sociales, de coberturas o última hora. Si se trata de noticias con *link* al *ecuavisa.com*, tratamos de que el 100% sean con foto.

P: Entonces, ¿quiere decir que la foto es el centro de atención del *link* y origina mayor interacción con el usuario?

R: Cuando nosotros ponemos el tuit, la foto y el *link* lo que queremos es que la gente tenga más información en *ecuavisa.com*, que se nutra de todo el trabajo que hizo el redactor. El uso de la foto lo hace (al contenido) más atractivo.

P: ¿Qué objetivos manejan en *Twitter*, a nivel de equipo e individual? Diariamente ¿qué se plantea como metas por cumplir en la cuenta?

R: Aparte del crecimiento diario de seguidores, que lo manejo solo yo¹; lo que reviso es el trabajo cualitativo, del día a día con los redactores es tanto la retroalimentación que recibimos en la lectura de las respuestas, la rapidez con la que cubrimos un tema, y la gran variedad que llegamos a manejar respecto a temas de última hora. Últimamente nos hemos planteado darle más prioridad a la primicia, y de ahí a la promesa de leer más en una nota. Estamos priorizando la información para usuario que nos sigue, que tenga ese beneficio que las notas en *ecuavisa.com*. Tratamos siempre de dar esa gran amalgama de temas y de cada día enriquecernos más con ‘esto le interesa al usuario’.

P: En cuanto a la variedad de temas, ¿prima el contenido propio?

R: Claro, en el aspecto del contenido propio acerca de los columnistas, que lo estamos llevando más hacia lo multimedia. Tenemos la sección que se llama Detrás de la noticia con Darío Patiño, director nacional de noticias y da un editorial en video por semana de algún tema referente al acontecer mundial. Alina Manrique, jefa de contenidos digitales, de igual manera más que nada sobre recomendaciones gramaticales. Se hizo (en la página *web*) pero no se ha viralizado tanto (en redes sociales), y es uno de mis proyectos para estas dos semanas (se refiere a su próxima salida del canal de televisión).

P: En cuanto al contenido propio, ¿también se refiere a la interacción con los reporteros?, ¿los contenidos se basan más en lo que pasa en nuestro entorno o se basa más en lo que ocurre en el extranjero, en noticias de portales internacionales?

R: Claro, más que nada en el entorno. Nosotros como *ecuavisa.com* tenemos un gran alimentador de información, que son los noticieros del amanecer, de la mañana, Contacto Directo, Televistazo y Telemundo. Hicimos un cambio, la gente se está haciendo cada vez más visual, quieren ver más y leer menos. Añadimos (al tuit) un arte o plantilla hecha por nosotros con un titular. Es una franja turquesa que ha beneficiado mucho a la captación del usuario y principalmente pienso en Contacto Directo, con las declaraciones de los invitados (utilizándose en las plantillas para redes sociales), se han beneficiado mucho las entrevistas. Es impresionante el crecimiento que ha tenido a nivel del interés de los usuarios.

P: En cuanto a las cifras de crecimiento mencionadas, ¿qué estrategias plantean para incrementar seguidores, conseguir retuits y respuestas?

R: Si hablamos netamente de *Twitter*, además de la diversidad de temas, inmediatez en los temas de coyuntura y veracidad en la información; así como no tener errores o información mal proporcionada y el aspecto gráfico y fotográfico, videos. El hecho de que no se olviden también de que *Ecuavisa* no es solo noticias, *Ecuavisa* es un canal. El departamento de promociones últimamente se ha involucrado mucho en la campaña ‘Vive tus

¹ Se solicitó los estudios, y hasta la conclusión del trabajo de titulación no fueron entregados.

sueños' para que el televidente por medio de la pantalla y de la cuenta de *Twitter* participe.

Tuvimos la campaña de diseño de nuevos logos para el canal a través de concursos, también con la voz del televidente en las promociones de Ecuavisa. Cuando decimos 'vive tus sueños', decimos 'mira, aquí estamos para escucharte', 'cuéntanos cómo te ayudamos a encontrar ese sueño'. Esa es nuestra campaña 2015, 'ya nos contaste, ahora veamos qué podemos hacer para lograrlo'. Esa búsqueda de interacción con el televidente y usuarios de las redes sociales es cómo nosotros queremos incrementar nuestros seguidores, que cada vez más seguidores digan 'mira eso que están haciendo, vamos allá'.

P: En Twitter, ¿existe un 'prime time'?

R: Sí. Yo diría que es básicamente el mismo *prime time* que el de la televisión: las noches. En las noches hay una diferencia en aspecto de redes sociales, desde las 19h00 hasta las 23h00; y en el aspecto desde las 20h30 a las 22h30 es más fuerte. A las 21h30-22h00 es el pico más grande.

P: Y, ¿también es ese el horario en que más tuitean?

R: No es el que más tuiteamos porque ya la información está. A pesar de que más personas se conectan, están atentas; la actitud de las personas en redes sociales es diferente: quiero un poco más de calma, no quiero que me bombardeen tanto porque ya he salido del trabajo, de la universidad y ya estoy bombardeado. A pesar de que sabemos que ese es un nicho súper fuerte de mercado, igual los tratamos como que 'tranquilo, te estamos informando de lo que acontece pero tampoco vamos a llegar al momento de estresarte con las noticias'.

P: Entonces, ¿tratan de repartir un poco la información durante el día, o noche (si es que en el noche tienen más actividad) pero no se concentra directamente en el momento en que tienen más personas conectadas?

R: No, porque sí hemos visto casos así. Yo, fuera de ser *community manager*, como usuario de *Twitter* he visto cuentas internacionales en su mayoría, donde las noticias de la mañana te las repiten en la noche y es un bombardeo de 20 tuits en un lapso de 5 minutos. Es demasiado de lo mismo, es esa desesperación por la atención que me molesta, me estresa y digo 'ok, a ti ya no te quiero' (refiriéndose al *unfollow* de los seguidores).

P: Pero, ¿cómo se maneja eso?, porque se tuitea, pero tal vez nadie nos está leyendo en ese momento.

R: Se puede manejar con un tuit de resumen del día. Nosotros tenemos algo que se llama Noticias de un minuto, con lo que se hizo en las noticias de la mañana. Cinco noticias en un video de 60 segundos. Y eso lo publicamos en la red con el hashtag #NoticiasDeUnMinuto. Es eso, más que nada, preparar resúmenes atractivos.

P: ¿Por qué no se utilizan *hashtags* (etiquetas que identifican un tema) en los noticieros transmitidos por televisión?, ¿cómo considera que se deberían utilizar?

R: (La cuenta) @ComunidadGye lo hacía presentando denuncias, partiendo de un *hashtag*. En el noticiero, cuando se han utilizado ha sido más que nada para un propósito como el famoso Paparazzi Electoral. No ha sido con el afán de generar interacción acerca de una noticia, porque yo como community manager no he visto que se origine gran interacción. Con #PaparazziElectoral fue toda una semana anterior a las elecciones que se difundió el *hashtag*. También con #Ecuadorenfotos, que sirvió para las fotos que se utilizan cuando inicia el noticiero o en los cortes (comerciales). Ahorita estamos con el Papa (visita del Papa Francisco a Ecuador, del domingo 5 al miércoles 8) y creo que se viene otro proyecto después, que es parecido a ese pero dándole otro rumbo; y se va a mantener así. Yo me contacto mucho con la parte creativa de Televistazo y se viene un proyecto parecido. Entonces, yo creo que no se maneja tanto *hashtag* en el noticiero por el comportamiento del televidente. Si en algún momento, el televidente da a entender que el comportamiento cambia, habría que evaluarlo. Por ejemplo, en Argentina el canal C5N maneja los *hashtags* más que nada para leer los mensajes en directo, y crean un atractivo impresionante para el televidente.

P: He visto que en Ecuavisa lo han hecho, por ejemplo cuando hay concursos.

R: Claro, @ComunidadGye lo hace mucho, y lo usamos ya en el resto de los programas de entretenimiento: En Contacto, Factor X, ETT (Ecuador tiene talento), que es otra cosa, esa es la cuna de todo lo que usamos en las redes sociales.

P: ¿En la cuenta @EcuavisaShow?

R: En la cuenta @EcuavisaShow y @Ecuavisa, porque cuando queremos arrancar una campaña de *hashtags*, @Ecuavisa le tiene que dar ese empujón.

P: ¿Cuál es el público al que se dirigen?, ¿cuál es perfil de los seguidores de @Ecuavisa?

R: De 18 a 65 años. Lo voy a guiar, más que nada por la personalidad con la que escribimos. Tratamos de ser más serios, buscando la excelencia, más respetuosos al hablar y sí se puede relacionar con la personalidad medio diplomática que tendríamos con Ecuavisa. Podría ser para todo usuario que busque una cuenta seria y respetuosa @Ecuavisa.

P: ¿Y el público que más interactúa en la cuenta de Twitter?

R: De 18 a 40 años son los que más interactúan. De ahí se dividen: de 25 a 40 años durante las entrevistas de Contacto Directo, de 18 a 40 años en lo que va de noticias generales, de 18 a 35 años durante las novelas (eso sí es otra cosa de interacción; aquí sí usamos *hashtags*, desde 2013 que hicimos

el experimento con la telenovela La vida sigue, y conseguimos tendencia casi sin *hashtags* en pantalla).

P: ¿Cómo logran unificar las agendas de contenidos del noticiero con las redes sociales?

R: Nuestros redactores, más que nada son especializados y capacitados para saber cuáles son los temas que van a tratar Televistazo 13h00 y 20h00, los principales noticieros. Hay una organización, planificación, agenda diaria: 'tú te vas a encargar de esto, tú de esto, tú de esto'. Entonces, ahí viene la tensión con 'esto es lo que salió en el reportaje. Veamos si hay alguna declaración, actualización o un tuit para hacer el *embed* (término cuyo significado es incrustar y se refiere a incorporar contenido *web* a la página de Ecuavisa.com, en este caso). Cada redactor de Ecuavisa.com se prepara con eso.

P: ¿Y tienen la obligación de postear en las redes sociales todos los temas que se tratan en el noticiero?

R: Los más relevantes. Pero casi siempre los más relevantes terminan siendo todos. Hay temas internacionales que ya se abordan en la mañana, luego se transmiten por el noticiero del mediodía y como la noticia no ha cambiado, no es que se vuelva a hacer. Pero lo que es información local, ahí sí; porque casi siempre es información de primera mano.

P: ¿Qué buscan en las redes sociales?

R: En los dos años que he manejado (la sección *web* del canal), hemos buscado que las redes sociales sean fuente de verdad cuando es noticias, fuente de diversión y humor cuando es entretenimiento y se encuentre la relación de fidelidad con el usuario. Porque es diferente para un medio de comunicación, en comparación con una marca aceptar lo que el medio representa. Y lograr que las redes sociales y cuentas sean el periódico al momento de levantarse, sean esa risa al momento que quieran buscar un video interesante o curioso, ese compañero al que le quieran escribir acerca de algún programa en especial, ya sea una crítica constructiva o destructiva. Este acompañamiento en redes sociales, este 'nos estás leyendo y nosotros también te estamos leyendo a ti'.

P: ¿Y los usuarios cómo saben que ustedes como medio de comunicación los están leyendo?, ¿les responden en algún momento?

R: En algún momento, más que nada en las campañas esenciales de interacción hay esa respuesta por parte de nosotros. Por ejemplo, el 14 de febrero de 2014: campaña de San Valentín. Se pegaba el mensaje que enviaba el usuario y tuiteamos (85 tuits en total) desde la cuenta @EcuavisaShow, avisando desde la cuenta de @Ecuavisa. Porque ahí sí que aparte de lo lindo que hubiera sido, el usuario se hubiera hartado y nos habría dejado de seguir. Salieron muy contentas las personas, fue un detalle muy bonito en el que pudimos acompañarlos.

P: Bueno, ahí se sintieron escuchados.

R: Sí, y más que nada cuando son casos de emergencia, ahí es vital. Lluvia, temblores...

P: ¿Ahí hacen retuits?, ¿o los mencionan?

R: Los mencionamos, sí. Vía 'tal' se reporta 'tal'.

P: ¿Y desde qué cuenta?

R: Desde @Ecuavisa. Porque más que nada cuando son lluvias, alertas de tsunami, terremotos en Quito, Guayaquil, el país debe saberlo y la matriz tiene que acompañar esa noticia.

P: ¿Y cómo deciden qué cuenta utilizar?, ¿de acuerdo a la importancia del hecho?

R: De acuerdo a la importancia del hecho, exactamente. Hay momentos en que 'no, esto simplemente lo puede manejar @CodigoFutbol con un retuit de @Ecuavisa' y en otro momento 'no, esto es catástrofe mundial deportiva lo maneja @Ecuavisa, @CodigoFutbol sigue con más detalles pero esto lo tiene que gritar @Ecuavisa'.

P: ¿Y ahí es usted la cabeza, es decir el que da el veredicto final?

R: Básicamente. Entre todos. Modestia aparte, con los dos años que llevo tengo buen criterio. Por momentos, pasa que lo mínimo nos cuesta. Cuando fue el atentado en la maratón de Boston, ese mismo día se había dejado programada una galería de fotos de Aracely Arámbula, que en ese momento salía en la novela de Ecuavisa La Patrona que daba a las 22h45. El titular no nos habíamos dado cuenta hasta que se publicó 'Aracely Arámbula revienta las redes sociales con estas fotos'. En ese momento dimos de baja la galería y lo tomamos de otra forma. Hay que estar bien atento al día, hora y momento, a los términos que se utilizan, a lo que está pasando para evitar herir cualquier susceptibilidad. Eso sí, hay que estar bien atento a las susceptibilidades que rodean nuestra comunidad.

Entrevista #4 (Ejecutivo Ecuavisa)

Nombre: Clara Bograd

Cargo: Analista de Audiencias

Fecha: Julio 13, 2015.

P= Pregunta

R= Respuesta

P: ¿Cuál es el horario de mayor encendido (*prime time*)?, y ¿qué factores inciden en este criterio, por qué?

R: Así es, el horario con mayor encendido es el *prime time* o franja AAA comprendida entre las 18H00 a 23H30, por ende es el horario con mayor facturación para los canales. Esto se debe al alto encendido de los televisores en este período, ya que las personas tienen diferentes actividades durante el día y en la noche es cuando permanecen en casa y encienden los televisores.

P: Y durante este horario, ¿hasta cuantas personas se puede llegar?, ¿cómo se mide esto?

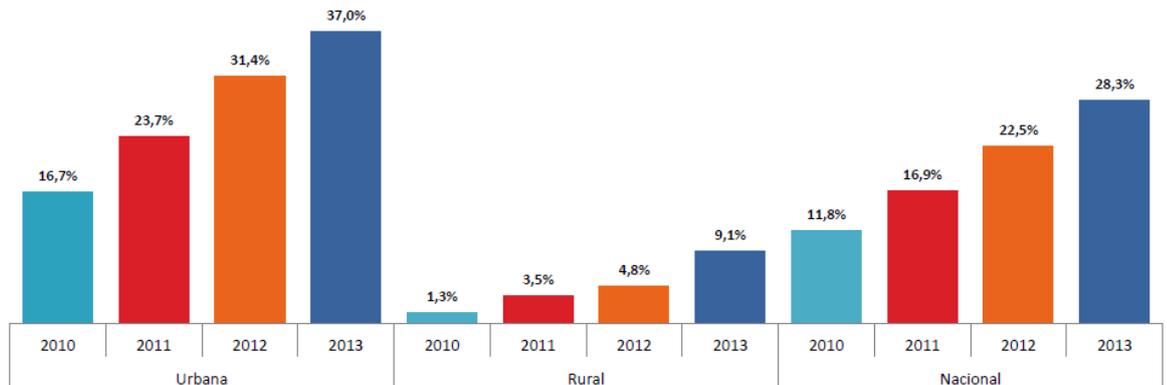
El horario con mayor encendido es a las 21h00, pudiendo llegar a un promedio de 1'390.000 personas 3+. La empresa que mide los *ratings* se llama Ibope, ellos proveen el servicio a medios de comunicación y agencias de publicidad.

10.2 Mapeo de la población ecuatoriana que accede a Internet



El 28,3% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 16,5 puntos más que en el 2010. En el área urbana el crecimiento es de 20,3 puntos, mientras que en la rural de 7,8 puntos.

Acceso al Internet según área

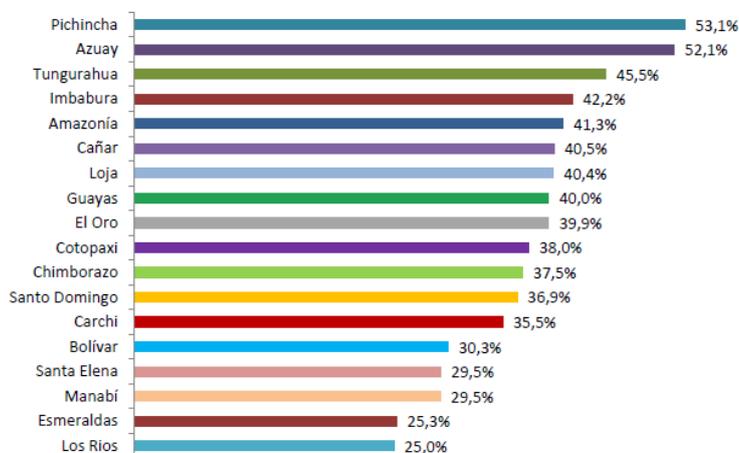


Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).



La provincia con mayor acceso a internet en el año 2013 es Pichincha con el 53,1%, mientras que Los Rios con el 25,0% es la provincia con menor acceso.

Porcentaje de personas que tienen acceso al Internet por provincia en el 2013



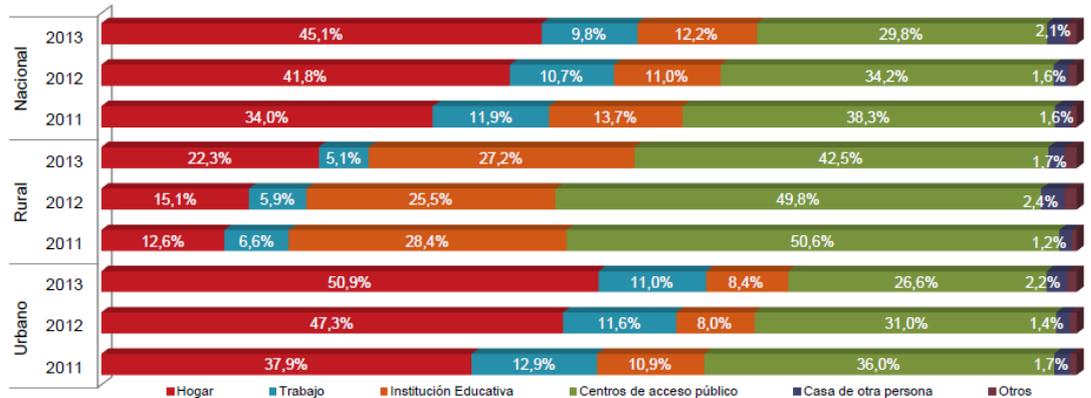
La ENEMDU establece como dominio de estimación la agrupación de las provincias de la Amazonia.

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2013).



De las personas que usan Internet, el 45,1% lo hace en su hogar. En el área urbana el mayor porcentaje de la población utiliza Internet en el hogar con el 50,9%, mientras el mayor porcentaje de población del área rural lo usa en centros de acceso público con el 42,5%.

Lugar de uso de Internet por área

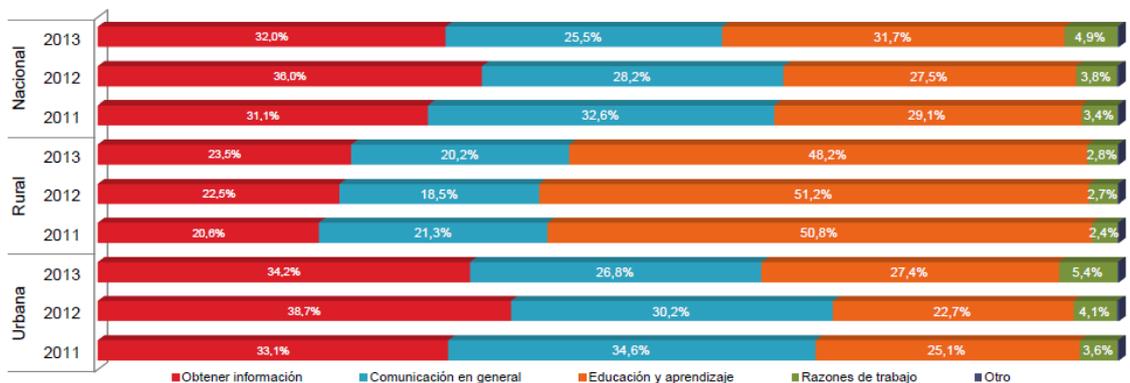


¿En qué lugar lo uso (...) con mayor frecuencia, en los últimos 12 meses: Hogar? Centros de acceso público? Trabajo? Casa de otra persona? Institución educativa? Otros?
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2011 - 2013).



En el 2013, el 32,0% de las personas usó Internet como fuente de información, mientras el 31,7% lo utilizó como medio de educación y aprendizaje.

Razones de uso de Internet por área

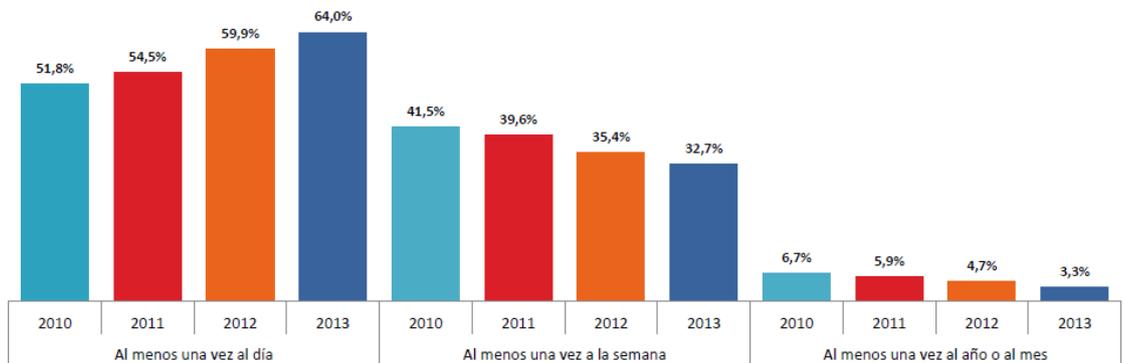


¿Para qué servicios / actividades usó (...) el Internet, en los últimos 12 meses: (para su uso particular) Comunicación en general? Educación y aprendizaje? Por razones de trabajo? Obtener información? Otro?
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2011 - 2013).



El 64,0% de las personas que usa Internet lo hacen por lo menos una vez al día, seguidos de los que por lo menos lo utilizan una vez a la semana con el 32,7%.

Frecuencia de uso de Internet a nivel nacional



¿Con qué frecuencia usó (...) el Internet en los últimos 12 meses: Al menos 1 vez al día? Al menos 1 vez a la semana? Al menos 1 vez al mes? Menos de 1 vez al año? No sabe?

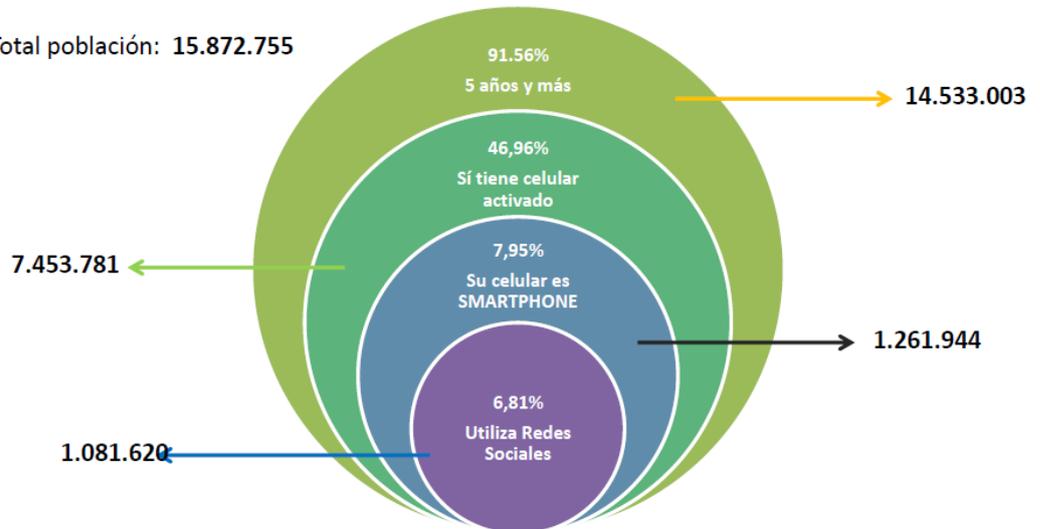
NOTA: Estas categorías son mutuamente excluyentes.

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2011 - 2013).



Porcentaje de población con celular y redes sociales

Total población: 15.872.755



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2013).

10.4 Recopilación de tuits publicados en el perfil de @Ecuavisa del lunes 1 al viernes 5 de junio de 2015 en los horarios de la mañana (7h00), mediodía (12h00) y noche (19h00).

→ LUNES 1 DE JUNIO 2015

7H00

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Al menos 16 muertos al sur de China por las fuertes lluvias [ecuav.tv/1dGwsTz](#)



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Universidad Yachay ofrece formar a jóvenes ecuatorianos residentes en España [ecuav.tv/1dGvGWP](#)



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Investigación sobre curas pederastas en Australia crea conflicto en el Vaticano [ecuav.tv/1dGyuTG](#)



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Treinta y siete muertos en el incendio de un camión sistema en Nigeria



Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Malaysia Airlines está en "quiebra técnica" y despedirá a 20 mil empleados
ecuav.tv/1dGBdMS



← ↻ 18 ★ 7 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
La cantante Isabel Pantoja abandona la cárcel con un permiso de cuatro días
ecuav.tv/1dGzcAc



← ↻ 13 ★ 14 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
La 'Tri' viaja este lunes a Panamá para partido amistoso bit.ly/11148b5
[@FEFecuador](https://twitter.com/FEFecuador) [@fepafut](https://twitter.com/fepafut) #Tricolor #LaTri



← ↻ 9 ★ 7 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
El cadáver de una mujer aparece dentro de un casillero de la estación de Tokio
ecuav.tv/1dGCdRb



← ↻ 10 ★ 9 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Detenidos 1.389 inmigrantes ilegales en Hungría durante el fin de semana
ecuav.tv/1dGFG2i



← ↻ 1 ★ 4 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
#TECNOLOGIA Google aglutina todos los controles de privacidad en un único lugar
ecuav.tv/1dGDDeA



← ↻ 6 ★ 5 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Expresidentes iberoamericanos denuncian de nuevo la situación en Venezuela
ecuav.tv/1FIMTKR



← ↻ 8 ★ 4 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Pelé expresa su apoyo a la reelección de Blatter frente a FIFA bit.ly/1JJBHUB
@Pele @ffacom_es @SeppBlatter



← ↻ 5 ★ 3 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Unos 200 nepalíes y 80 extranjeros siguen desaparecidos tras el terremoto
ecuav.tv/1FIPLXX



← ↻ 4 ★ 2 ⋮ Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Federer acaba con Monfils al que dejó pendiente la vispera bit.ly/1KHBqge
[@rogerfederer](https://twitter.com/rogerfederer) [@rolandgarros](https://twitter.com/rolandgarros)



← ↻ 11 ★ 10 ⋮ Ver foto

12H00

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
#ATENCIÓN Futbolista tricolor se adelanta y revela que está en la nómina para la Copa América bit.ly/1GgMwm



← ↻ 2 ★ 5 ⋮ Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Expiró recolección de datos telefónicos por #NSA en #EEUU ecuav.tv/1dH8KXj



← ↻ 2 ★ 1 ⋮ Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Estos son los 23 convocados de Gustavo Quinteros para la Copa América
bit.ly/1FmkSTo



Ver foto

← ↻ 3 ★ 10 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Quinteros, es una lista que está abierta hasta el 9 de junio

← ↻ 1 ★ 1 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Gustavo Quinteros, DT de la selección, interviene y detalla las bajas que ha tenido por lesión el equipo

← ↻ 2 ★ 2 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Chiriboga, en horas de la tarde se entregará un pedido de asistencia penal para dejar en claro los rubros recibidos por la #FEF.

← ↻ 4 ★ 1 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Presidente de la #FEF firma pedido para que Fiscalía General de la Nación investigue a la institución y se aclare su accionar

← ↻ 5 ★ 2 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Enner Valencia (West Ham/ING), Jaime Ayoví (Godoy Cruz/ARG), Jefferson Montero (Swansea/ING), Miller Bolaños (Emelec).

← ↻ 1 ★ 3 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Jonathan González (Leones Negreso/MEX), Michael Arroyo (América/MEX), Juan Cazares (Banfield/ARG)

← ↻ 3 ★ 2 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Cristhian Noboa (PAOK/GRE) Renato Ibarra (Vitesse/HOL), Pedro Quiñónez (Emelec), Osbaldo Lastra (Emelec), Fidel Martínez (Leones Negros/MEX)

← ↻ 1 ★ 2 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Walter Ayoví (Pachuca/MEX), Arturo Mina (Independiente), Mario Pineida (Independiente).

← ↻ 3 ★ 4 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Juan Carlos Paredes (Watford/ING), Frickson Erazo (Gremio/BRA), Gabriel Achilier (Emelec), John Narváez (Emelec), Oscar Baguí (Emelec)

← ↻ 2 ★ 2 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
(VIDEO) Bruce Jenner posa como mujer y cambia su nombre a Caitlyn
ecuav.tv/1dHbNjJ



← ↻ 16 ★ 12 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
#Video Espectadores logran grabar espectacular choque de avionetas que dejó un muerto ecuav.tv/1dHbKmD



← ↻ 4 ★ 4 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
¿Cómo hacer el asado perfecto? ecuav.tv/1dHd1Ko



← ↻ 5 ★ 10 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Esta es la nómina definitiva de la "Tricolor" para #CopaAmérica bit.ly/1Fmlytu



← ↻ 16 ★ 17 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
#Video El adolescente de 14 años torturado y sentenciado a muerte por El
ecuav.tv/1dHenor



6 4

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
(VIDEO) Periodista intenta entrevistar sin darse cuenta a un hombre muerto
ecuav.tv/1dHdz2L



12 13

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Polémica en Argentina por video de perito que manipula ama que mató a
Nisman ecuav.tv/1dHfcxy



8 1

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
El lado del budismo intolerante y violento hacia el Islam ecuav.tv/1dHeOis



8 3

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
 Arrancamos una nueva emisión de #Televistazo 1PM. Puede ver la transmisión online: ecuavisa.com/noticiero-en-v...

← ↻ ☆ ⋮



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
 China endurece su legislación y prohíbe fumar en los lugares públicos de Pekín ecuav.tv/1dHfi8q

← ↻ ☆ 8 ⋮



Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
 Quinteros preocupado por las bajas en la "Tricolor" pero, "hay que seguir" bit.ly/1FmR02S

← ↻ ☆ 6 ⋮



Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
 ¿Por qué preocupa que junio sea un segundo más largo este año? ecuav.tv/1Fmwdml

← ↻ ☆ 8 ⋮



Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
 Guerrón rompió el silencio y habló sobre su ausencia en la selección bit.ly/1FPJp6C @revistaestadio

← ↻ ☆ 14 ⋮



Ver foto

19H00

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Publican nueva versión de "50 Sombras de Grey" ecuav.tv/1KzvDGq



Ver foto

20 16

Ecuavisa @ecuavisa · 1 de jun.
Presidente Correa no irá a inauguración Copa América porque estará en la cumbre UE-Celac ecuav.tv/1Fqdlb8



Ver foto

5 8

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Una estadounidense de 92 años se convirtió en la mujer con más edad en culminar un maratón: ecuav.tv/1KzxPx8



Ver foto

18 21

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Juez de #Canadá ordena a tabaqueras pagar 12.150 millones dólares a fumadores ecuav.tv/1AGSJUO



Ver foto

13 14

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
#Internacionales
Aumenta a 69 balance de muertos por incendio de camión sistema en #Nigeria
>> Lea más en: ecuav.tv/1KzzLWI

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
#Del AfterOffice: 12 cosas que las personas hacen cuando son niños
ecuav.tv/1KzyJu4



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Para ver nuestro informativo #Televistazo 8PM, ingrese a nuestro sitio web:
ecuavisa.com/noticiero-en-v...

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
#Curioso
#HelloKitty apuesta por la gastronomía #china con restaurante en Hong Kong
ecuav.tv/1KzBHP1



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
#CNE negó revocatoria de mandato para asambleístas de Cotopaxi y Pichincha
ecuav.tv/1KJ92dl



Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
El velo islámico que le ganó la pelea a Abercrombie & Fitch.
>> Lea más en: ecuav.tv/1KzDTpZ



4 7

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
#MundoAnimal
Algunas hembras de peces sierra han comenzado a reproducirse sin sexo.
ecuav.tv/1KzCChR



10 12

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
#ETT4: #Ibarra
3 y 4 de junio
Teatro Gran Colombia
Entrada Gratuita
dai.ly/x2rfju8

Dailymotion España



¡Un show que no te puedes perder! | Ibarra
#ETT4: #Ibarra 3 y 4 de junio Teatro Gran Colombia (Calles García Moreno entre Sucre y Rocafuerte) Entrada Gratuita

[Ver en la web](#)

1 8



→ MARTES 2 DE JUNIO DE 2015

7H00





Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Ecuador ya se encuentra en Panamá y espera por amistoso bit.ly/1eN1c5J
@FEFecuador @fepafut @CA2015



← ↻ 8 ★ 11 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Justicia de EE.UU. desestima demanda de hermanos Isaías contra Ecuador
ecuav.tv/1Q2VfIT



← ↻ 14 ★ 4 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
OMS dice que aún no hay contagio sostenido del coronavirus de humano a humano ecuav.tv/1Qmcrxl



← ↻ 11 ★ 3 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Cinco muertos y cientos de desaparecidos por hundimiento de barco en China
ecuav.tv/1Q2YrOI



← ↻ 12 ★ 9 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
El Solar Impulse II aguardará en Japón hasta poder continuar con su travesía
ecuav.tv/1Q34H8A



← ↻ 4 ★ 1 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
El Nacional ya trabaja al mando de Rubén Darío Insúa bit.ly/1M76XWW
@elnacionalec #RubenInsua #insua



← ↻ 12 ★ 8 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Nadal-Djokovic, este miércoles en los cuartos de Roland Garros bit.ly/1Q3aR8M
@RafaelNadal @DjokerNole



← ↻ 12 ★ 7 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 2 de jun.
Bedoya dice que cuentas de Federación Colombiana están abiertas
bit.ly/1M7NvZW @FCFSeleccionCol #Bedoya



← ↻ 7 ★ 2 ...

Ver foto

12h00

 Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
.@SeppBlatter "Voy a continuar ejerciendo mis funciones como presidente de la FIFA hasta esa elección".

← ↻ 6 ★ 7 ...

 Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
.@SeppBlatter "he decidido dar mi mandato en un Congreso Extraordinario Electivo".

← ↻ 6 ★ 6 ...

 Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
.@SeppBlatter renuncia y llama a Congreso Extraordinario



← ↻ 21 ★ 5 ...

 Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
Sherezade termina su relación con Onur / Resumen de #LasMilyUnaNoches
ecuav.tv/1Q3PDYm



← ↻ 5 ★ 11 ...

 Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
Livia ataca a Teo en televisión / Resumen de #LaGuerrera
ecuav.tv/1Q3OZdv



← ↻ ★ 5 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.

Reina descubre que Estefanía la engañó / Resumen de #ReinaDeCorazones
ecuav.tv/1Q3QVmo



← 4 5 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.

#Salud Cinco verdades que pueden sorprender sobre el aparato digestivo
ecuav.tv/1MeQDDy

¿QUÉ SIGNIFICAN LOS RUIDOS DEL ESTÓMAGO?



← 9 7 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.

(Ampliación) Blatter pone mandato a disposición y llama a nuevas elecciones
bit.ly/1Q3R0X1



← 12 3 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.

La app que tiene cuántas calorías tiene tu comida con solo una foto.
bit.ly/1cvEOMc



← 8 8 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
#Video: Portero se acordó de Higuera y realizó una espectacular salvada
bit.ly/1GRZomJ



11



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
#CURIOSO 5 claves para ganar una discusión ecuav.tv/1MfdFdi



7



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
Blatter renunció a la presidencia de la FIFA bit.ly/1Q3R0X1



21



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
A propósito de @Caitlyn_Jenner : cómo se hace un cambio de sexo
ecuav.tv/1MfJx1y



13

Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
 (VIDEO) Mira cómo eran los presentadores de En Contacto de niños
ecuav.tv/1Mh2FMK



CONOCE A LOS NIÑOS QUE HOY CONDUCCEN 'EN CONTACTO'

← 6 5 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
 Una chica Playboy relata paso a paso como hacía Cristiano para engañar a Irina
bit.ly/1M8fg4L



← 11 13 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
 Infórmese junto a nosotros en una nueva emisión de #Televistazo 1PM.
ecuavisa.com/noticiero-en-v...

← 2 5 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
 Fecha tentativa de Congreso Extraordinario de FIFA bit.ly/1Mh6Yrg



← 6 4 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
 Estos son los extraordinarios peces que procrean siendo vírgenes
ecuav.tv/1MgF52G



7 PECES SIERRA NACIERON DE UNA MADRE VIRGEN

← 7 6 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
Escándalo de corrupción empuja salida de Blatter de la FIFA bit.ly/1Q41JAO



← ↻ 20 ★ 7 ⋮



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
En minutos anunciaremos en los comentarios al ganador de nuestro concurso de #Instagram: [instagram.com/ecuavisatv](https://www.instagram.com/ecuavisatv)



← ↻ 1 ★ 4 ⋮



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
Conozca según su profesión si en el futuro podrá ser reemplazado por las máquinas ecuav.tv/1Q4a9Z1



← ↻ 9 ★ 11 ⋮



Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
El apocalipsis de "San Andrés" triunfa en su estreno en EE.UU. ecuav.tv/1MhzGly



← ↻ 28 ★ 30 ⋮

Ecuavisa @ecuavisa · 2 jun.
#VIDEO Agente de futbolista fue victima de una broma telefónica. Mira lo que le dijeron bit.ly/1BI39oU



4 7

19H00

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Mundo del fútbol, "soprendido" por dimisión de #Blatter, espera cambios en #FIFA ecuav.tv/1MiGdTt



5 7 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
El primer spin-off de #Transformers sería sobre el más querido de sus personajes: ecuav.tv/1Q59Uge



17 28 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Técnico argentino confirmó que hubo propuesta de Barcelona. bit.ly/1MilNc3



3 11 Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.

#ETT4: #Ibarra
3 y 4 de junio
Teatro Gran Colombia
Entrada Gratuita
dai.ly/x2mju8

d Dailymotion España



¡Un show que no te puedes perder! | Ibarra

#ETT4: #Ibarra 3 y 4 de junio Teatro Gran Colombia (Calles García Moreno entre Sucre y Rocafuerte) Entrada Gratuita

[Ver en la web](#)

👍 1



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.

.@enrique305 tuvo que ser operado en la mano derecha por las heridas sufridas por un dron ecuav.tv/1MiQizv



👍 7

★ 15

[Ver foto](#)



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.

Reinaldo Rueda es el nuevo técnico del Atlético Nacional de Colombia
ecuav.tv/1Q5i9sS



👍 7

★ 9

[Ver foto](#)



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.

#Curioso

Un bolso fucsia de piel de la firma Hermès batió un récord de venta en una subasta. ecuav.tv/1Miv3JB

RÉCORD DE VENTA POR UN BOLSO SUBASTADO EN HONG KONG



← ↻ 7 ★ 14 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.

#Curioso Novio y su madre sorprenden con espectacular duelo de baile ecuav.tv/1Q5ZC6



← ↻ 4 ★ 8 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.

Revise su noticiero #Televistazo 8PM aquí: ecuav.tv/1Fwr1X



← ↻ 2 ★ 3 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.

Correa indicó que el impuesto a las herencias servirá para la redistribución de la riqueza ecuav.tv/1FwzYN



← ↻ 17 ★ 13 ...

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
CAN autorizó a #Ecuador la aplicación de salvaguardias a la tercera parte de las importaciones [ecuav.tv/1Frzq4f](https://t.me/1Frzq4f)



← ↻ 19 ★ 10 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Más del 90 % de los ecuatorianos aprueba la visita del papa Francisco al país, según #Cedatos [ecuav.tv/1Jjm15n](https://t.me/1Jjm15n)



← ↻ 29 ★ 19 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
#NoTeDuemasSin leer | Escándalo de corrupción empuja salida de Blatter de la FIFA bit.ly/1Q41JAO



← ↻ 19 ★ 7 ... Ver foto

→ MIÉRCOLES 3 DE JUNIO

7H00



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Latinoamérica no solo exige acceso a servicios sino calidad, según expertos
ecuav.tv/1HKf5sk



↳ ↻ 6 ★ 5 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Más de 10.000 muertos en el EI desde inicio de bombardeos de la coalición
ecuav.tv/1HKelDv



↳ ↻ 6 ★ 10 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
'Rafa' Benítez presentado como nuevo entrenador del Real Madrid
bit.ly/1MkCwg0 @rafabenitezweb @realmadrid



↳ ↻ 6 ★ 4 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Aumenta a 26 la cifra de muertos en el naufragio mientras prosigue el rescate
ecuav.tv/1HKgf74



↳ ↻ 4 ★ 3 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Interpol emite órdenes de arresto contra Warner y Leoz bit.ly/1Qp7X9k
#NicolasLeoz #Interpol #FIFAgate #FIFA



← ↻ 16 ★ 5 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Corea del Sur cierra colegios y activa plan de emergencia por miedo al MERS
ecuav.tv/1HKHldx



← ↻ 11 ★ 5 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Fiscalía venezolana pide bloqueo de bienes de presidente Federación de fútbol
bit.ly/1QpdaOx #ESQUIVEL #FIFA



← ↻ 16 ★ 5 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Venezuela atribuye el desabastecimiento de medicamentos a la oposición
ecuav.tv/1JkCk1O



← ↻ 3 ★ 5 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Al menos 20 heridos en accidente entre dos buses en Pichincha
ecuav.tv/1JkFjr0



← ↻ 16 ★ 10 ... Ver foto

12H00

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
(VIDEO) Caitlyn Jenner muestra su nueva vida en un 'reality show'
ecuav.tv/1HKWouP



← ↻ 3 ★ 8 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
América está interesado en este delantero ecuatoriano, pero su club lo declaró intransferible bit.ly/1ld1sEx



← ↻ 5 ★ 2 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Así quedó el abandono como causa del divorcio en #Ecuador
ecuav.tv/1HLOYmx



← ↻ 8 ★ 9 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
#Imágenes Rihanna y este futbolista hasta las 5 de la mañana en un bar ¿Nace un romance? bit.ly/1HKOyuN



← ↻ 3 ★ 3 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Técnico ecuatoriano critica decisión de Antonio Valencia bit.ly/1JlsMnh



← ↻ 9 ★ 9 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
Algunos datos curiosos que tal vez no conocía de #DwayneTheRockJohnson.
bit.ly/1FTGBcb



← ↻ 6 ★ 7 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
 #EEUU: Joven homosexual revela los horrores que vivió en un campamento de "conversión" ecuav.tv/1Jw61A



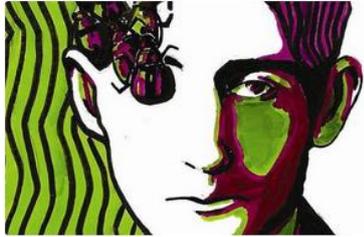
7 5 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 3 de jun.
 Iniciamos con #Televistazo 1PM. Mírelo en la pantalla de #Ecuavisa y en la web a través de ecuavisa.com/noticiero-en-v...

1 1

19H00

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 #Curioso ¿Sabías qué leer a Kafka estimula el cerebro? ecuav.tv/1RKDF3x



24 29 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 #DelAfterOffice: ¿Sabe usted qué significa Azuay? ecuav.tv/1RKC2Tc



5 13 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 #Internacionales
 FARC atacan una tercera torre de energía en el noreste de Colombia
 >> Más en: ecuav.tv/1H1TyPH

1 6

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 Una reportera de la cadena Fox, no se libró del baño de celebración del triunfo de un equipo ecuav.tv/1RKEaKU



6 10 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Continúe viendo #Televistazo 8PM por la señal de #Ecuavisa y su transmisión online a través de ecuavisa.com/noticiero-en-v...

← ↻ 3 ☆ 8 ⋮

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
#Salud: Una mamografía cada dos años reduce en 40% mortalidad de mujeres de más de 50 años ecuav.tv/1RKG8ul



← ↻ 28 ☆ 20 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
SRI confirma que hay incremento en la nueva tabla de impuesto a herencias ecuav.tv/1H24z3q



← ↻ 24 ☆ 11 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
ABPE considera que disposición de la Super de Bancos viola privacidad de clientes ecuav.tv/1Q8fqyR



← ↻ 42 ☆ 23 ⋮

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Participa en el concurso del IV Intercolegial de bandas: [ecuav.tv/1dT2lm7](https://www.ecuav.tv/1dT2lm7)
#VivaLaPaz @comunidadquito



← ↻ 2 ★ 4 ⋮

[Ver foto](#)



Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Este domingo 10:30PM una #Visión360 a lo que cuesta el cáncer.



← ↻ 12 ★ 19 ⋮



Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
5K Amigos de la Beneficencia | 14 de junio 2015 dai.ly/x2rym2x

Dailymotion España



¿Y tú, por qué vas a correr?
5K Amigos de la Beneficencia 14 de junio 2015

[Ver en la web](#)

← ↻ 2 ★ 3 ⋮

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 ¿Cuáles han sido las 10 mejores selfies de la historia? ecuav.tv/1ALnyhN



13 25 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 ¿Conoce usted cuáles son los poderes de los que goza la #FIFA?
ecuav.tv/1Qr9YC3



7 14 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 Revise su noticiero #Televistazo 8 PM aquí: ecuav.tv/1QrdXyq



2 8 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 ¿Ya sabes si tienes el #MalDelNo? dai.ly/x2s8fos

Dailymotion España



Cambiamos el "no" por el "Yo sí"

Yo sé Yo tengo Yo puedo #ViveTusSueños

[Ver en la web](#)

→ JUEVES 4 DE JUNIO

7H00

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Zico confirma su intención de disputar la presidencia de la FIFA bit.ly/1eR5Y24
@ziconarede @fifacom_es #FIFA



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Expresidente de Federación Peruana dice que Blatter no incurrió en corrupción bit.ly/1Q9qsDM @SeppBlatter



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Asociación Uruguaya de Fútbol decide mostrar sus cuentas ante escándalo FIFA bit.ly/1KGt9pQ @AUFOficial



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Equipos de rescate empiezan a dar la vuelta al barco naufragado en #China ecuav.tv/1HMFpIt



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Premio Nobel de la Paz convoca a personalidades a campaña contra #Chevron
ecuav.tv/1IKW8lp



← ↻ 27 ★ 16 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Miles de evacuados por la erupción del volcán Sinabung en #Indonesia
ecuav.tv/1HMGx8Q



← ↻ 7 ★ 6 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
El republicano que está dispuesto a "lo que sea necesario" para tener la presidencia de #EEUU
ecuav.tv/1HMI316



← ↻ 4 ★ 3 ... Ver foto

12H00

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Vuelve a ver todos los programas de #FactorKids en ecuav.tv/1KKOejb
Con el auspicio de @Samsungmobilecu

← ↻ ★ 1 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
La amnesia forzosa rodea un año más el aniversario de la masacre de Tiananmen
ecuav.tv/1HNbf1



← ↻ 2 ★ 1 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Lanzan desodorante contra el olor a sudor de adolescentes y hombres adultos
ecuav.tv/1IIDEBi



← ↻ 3 ★ 8 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
El Pentágono investiga otros envíos erróneos de ántrax a 51 laboratorios
ecuav.tv/1HNcFZQ



← ↻ 1 ★ 2 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
#FOTOS Las controvertidas fotos de Cristiano Ronaldo que causan polémica
bit.ly/1AQ6ozh



← ↻ 10 ★ 6 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
El emotivo gesto de este niño que conmovió a todos. bit.ly/1AQ7vPz



← ↻ 16 ★ 17 ...

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Restablecen el servicio de energía en Buenaventura tras ataque de las FARC
ecuav.tv/1HNgyhr



← ↻ 5 ★ 1 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Leoz con arresto domiciliario pide permiso médico para salir bit.ly/1lIHQRy



← ↻ 6 ★ 5 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
(VIDEO) Un hombre canta y toca The Beatles mientras le operan el cerebro
ecuav.tv/1lIMsqR



← ↻ 32 ★ 21 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Este exvicepresidente de FIFA está dispuesto a hablar pero teme por su vida
bit.ly/1HN18K7



← ↻ 10 ★ 4 ⋮

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 #ContactoDirecto Posso sobre aumento de #ImpuestoALaHerencia
ecuav.tv/1HNkuP9



8 5 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 Las noticias de #Ecuador y el mundo en una nueva emisión de #Televistazo
 1PM. Transmisión en directo: ow.ly/NQZxB

3 2

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 #VIDEO Ellos vivieron escenas de terror en una sala de cine. bit.ly/1Mq6Rd1



8 13 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 Comparan a la FIFA con la mafia bit.ly/1HNnKE2



10 10 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
 Morena termina su relación con Teo / Resumen de #LaGuerrera
ecuav.tv/1IIRsvM



1 8 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Estefanía recibe una bala por Nicolás / Resumen de #ReinaDeCorazones
ecuav.tv/1HNw391



← ↻ 1 ★ 9 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 4 de jun.
Yansel corta de raíz su relación con Alikemal / Resumen de #LasMilyUnaNoches
ecuav.tv/1HNvjRJ



← ↻ 1 ★ 8 ... Ver foto

19H00

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Mira #Guayaquil en 4 minutos. Una primera mirada en el Documental Guayaquil
Es mi Destino youtube.com/watch?v=SH8ex6... @GyeTurismo

YouTube



Guayaquil, un Destino marcado por el Progreso y la Libertad (Docume...

Conocida como la Perla del Pacífico, Guayaquil es el motor del desarrollo del país. El puerto marítimo de Guayaquil está considerado como uno de los más efic...

[Ver en la web](#)

← ↻ 5 ★ 6 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Las fiestas de 15 son tan populares como siempre en Latinoamérica.
>> Lea más en: ecuav.tv/1HOaLYS



← ↻ 2 ★ 11 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Tabla salarial en Galápagos será calculada conforme a la realidad insular, según Aguiñaga ecuav.tv/1In1dW



← ↻ 8 ★ 6 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Entérese de las noticias de Ecuador y el mundo a través de su informativo #Televistazo 8PM. ecuavisa.com/noticiero-en-v...

← ↻ ★ 5 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Jacobson llama al Gobierno de #Ecuador a respetar "la libertad de expresión y la #libertaddeprensa como derechos democráticos fundamentales"

← ↻ 19 ★ 18 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Decretan en Santiago preemergencia ambiental a una semana de #CopaAmérica ecuav.tv/1HOchKF



← ↻ 19 ★ 13 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
.@WHAAsstSecty Roberta Jacobson hace un llamado a #Ecuador para que se respeten la Libertad de Expresión y la Libertad de Prensa.

← ↻ 14 ★ 12 ... Ver conversación

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Las fiestas de 15 son tan populares como siempre en Latinoamérica.
>> Lea más en: ecuav.tv/1HOaLYS



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Galo Chiriboga solicitará detalles sobre la investigación en la #FIFA a la Fiscalía de Estados Unidos y si Ecuador está implicado.

← ↻ 36 ★ 16 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
#Curioso: ¿Puede un grupo de ratas entrenadas salvar miles de vidas al año?
ecuav.tv/1HOeTs0



← ↻ 9 ★ 11 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Entérese de las noticias de Ecuador y el mundo a través de su informativo
#Televistazo 8PM. ecuavisa.com/noticiero-en-v...

← ↻ ★ 5 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
En #Quito y #Galápagos, manifestantes protestan a favor y en contra del Gobierno.
>> Lea más: ecuav.tv/1HOjZ7s



← ↻ 26 ★ 20 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Santos Laguna, campeón de México, busca a esta perla ecuatoriana para el próximo semestre bit.ly/1ImGBBz



← ↻ 4 ★ 8 ...

Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 #Internacionales
 1.500 personas se manifestaron frente a la embajada de #Francia en Rabat
 ecuav.tv/1HOkqyl



Ver foto

→ VIERNES 5 DE JUNIO

7H00

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 Colombiano se entrega a Ejército de Ecuador como supuesto miembro de las FARC
 ecuav.tv/1KeGzvb



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 Las entrevistas y el análisis de #ContactoDirecto lo podrán ver online a través de nuestro sitio web: ecuavisa.com/noticiero-en-v...

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 #NoTeDuermasSin leer | Por qué algunos cuerpos no se descomponen tras la muerte
 ecuav.tv/1lclal



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
El "niño de la maleta" se reunirá con su madre en España [ecuav.tv/1KelmjL](https://www.ecuavisa.com/1KelmjL)



← ↻ 10 ★ 6 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Pánico en Seúl por un médico que habría contagiado a miles de personas con Coronavirus [ecuav.tv/1KeHlIA](https://www.ecuavisa.com/1KeHlIA)



← ↻ 8 ★ 5 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Críticas contra Facebook por un video "terrible" de un bebé llorando [ecuav.tv/1HPisJG](https://www.ecuavisa.com/1HPisJG)



← ↻ 2 ★ 3 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
El papa y Bachelet conversan sobre pobreza, familia y política en el Vaticano [ecuav.tv/1KeJDr7](https://www.ecuavisa.com/1KeJDr7)



← ↻ 7 ★ 3 ...

Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 Argentina cae eliminada en la primera fase del Mundial sub-20 bit.ly/1dS46FT
 @afa @Argentina #MundialSub20



← ↻ 11 ★ 4 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 La UE confía en que asistan a la cumbre con Celac al menos 40 líderes de 61
 ecuav.tv/1HPMu4F



← ↻ 1 ★ 1 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 San Andrés: el peligro real de una de las fallas más temidas del mundo.
 ecuav.tv/1d42yYp #LaFallaEsReal

← ↻ 10 ★ 9 ...



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 #SALUD El primer trasplante de cráneo y cuero cabelludo del mundo
 ecuav.tv/1dS4UdW



← ↻ 15 ★ 16 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 Argentina cae eliminada en la primera fase del Mundial sub-20 bit.ly/1dS46FT
 @afa @Argentina #MundialSub20



← ↻ 11 ★ 4 ... Ver foto

12H00

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
(VIDEO) El gato que canta junto con su amo. ecuav.tv/1d4RwCc
#LosGatosTambiénCantan

👁️ 2 ⭐ 5 ⋮

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
¿Qué es lo que más te gusta de #Guayaquil? Mira la ciudad en este #videoclip youtube.com/watch?v=gs40fd...

📺 YouTube



Guayaquil es mi Destino (Videoclip Oficial de la Canción)

GUAYAQUIL ES MI DESTINO Letra: Gloria Gallardo Zavala y Luis Padilla Guevara. Música: Luis Padilla Guevara Guayaquil es mi destino porque su calor me enciend...

[Ver en la web](#)

👁️ 6 ⭐ 5 ⋮

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
#Video Metanfetamina, la peligrosa droga que en un mes deteriora a quien la consume ecuav.tv/1MbvsS9



👁️ 34 ⭐ 7 ⋮

[Ver foto](#)

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Los peligros de inyectarse silicona en las nalgas ecuav.tv/1dSnUcd



👁️ 4 ⭐ 1 ⋮

[Ver foto](#)

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
La gigantesca filtración que expuso datos personales de 4 millones de funcionarios en #EEUU [ecuav.tv/1Mbx9Pm](https://t.me/1Mbx9Pm)



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
#Godzilla obtiene la ciudadanía japonesa oficialmente [ecuav.tv/1dSoQxg](https://t.me/1dSoQxg)



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Asambleísta Ángel Vilema se desafilia de #AP por veto a Ley #Galápagos [ecuav.tv/1dSqXRJ](https://t.me/1dSqXRJ)



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Mira las imágenes que muestran la transformación de los personajes de #DragonBall. bit.ly/1Js5f8c



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
La gigantesca filtración que expuso datos personales de 4 millones de funcionarios en #EEUU [ecuav.tv/1Mbx9Pm](https://t.me/1Mbx9Pm)

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
#VIDEO Cristiano vuelve a explotar contra la prensa. Mira el mensaje que envió
bit.ly/1KJk5JK



← ↻ 7 ★ 3 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
(VIDEO) La Miss Universo Paulina Vega se divirtió jugando en En Contacto
ecuav.tv/1MbAePz



← ↻ 13 ★ 15 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
(VIDEO) Joaquín Sabina en exclusiva entrevista para En Contacto
ecuav.tv/1Qxfv4



← ↻ 12 ★ 15 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
Dale una nueva #Visión360 a "Mundial Comprado" ecuav.tv/1MbDXg6



← ↻ 8 ★ 7 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 Joven que perdió el cuero cabelludo durante práctica educativa sigue en terapia intensiva ecuav.tv/1dSxV9u




18 6 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 5 de jun.
 #URGENTE Denuncian a Luis Chiriboga por presunto enriquecimiento ilícito. Fotos del documento bit.ly/1ld3SW



133 43 Ver foto

19H00

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
 #MundoAnimal
 Paleontólogos descubrieron una nueva especie de dinosaurio con cuernos en Canadá ecuav.tv/1KfLT1g



12 15 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
 Tribus aisladas del Amazonas en peligro de colisión con la sociedad moderna ecuav.tv/1KKFJ7I



10 6 Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Alianza PAIS asegura que expulsó a asambleísta Ángel Vilema
ecuav.tv/1FDvsPm



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
#Curioso: Dale un vistazo a la evolución de la moda femenina en los últimos años
ecuav.tv/1QxZRv3



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
El crecimiento económico del país en 2015 será menor al previsto
ecuav.tv/1HRIS2s



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Según el diario español El Mundo, Joseph Blatter e Irina Shayk habrían sido amantes
ecuav.tv/1HaGkAl



Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Recuerde que nuestro informativo #Televistazo 8PM está a su alcance ingresando a ecuavisa.com/noticiero-en-v...

Ecuavisa @ecuavisa · 10 de jun.
Una revista reveló que la serie #DragonBallSuper será estrenada después del manga [ecuav.tv/1Qy4ghw](https://t.me/1Qy4ghw)



← 21 ★ 28 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Santos le responde a Maduro sobre Colombia como "exportador de pobreza" [ecuav.tv/1HalFLr](https://t.me/1HalFLr)



← 10 ★ 3 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
#URGENTE: Artefacto explota en el Rectorado de la Universidad de Guayaquil. La Policía se encuentra en el sitio. (Noticia en desarrollo).

← 102 ★ 20 ...

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Autoridades desarticulan red de falsificación de documentos para ingreso a la Policía [ecuav.tv/1GpXpr1](https://t.me/1GpXpr1)



← 9 ★ 4 ... Ver foto

Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Rival de Ecuador pierde a un jugador por lesión previo a la Copa América. bit.ly/1QxqCjf



← 7 ★ 10 ... Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Revise su noticiero #Televistazo 8 PM aquí: ecuav.tv/1Qy9B8D



Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
@dallyanapass presenta a los guardianes de la limpieza en "Hoy soy recolectora de desechos" ecuav.tv/1Qy7nWZ



Ver foto



Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Según el presidente Correa, la normativa aplicará a los herederos directos como padres, hijos, nietos y abuelos. (II)

27 12



Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Este proyecto aumentaría el impuesto a las herencias que tendría un techo máximo de 47,5 %. (II)

18 9



Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
Cerca de las 21h13 los asambleístas recibieron el proyecto de Ley de Herencias enviado por el presidente Correa (I)

17 5



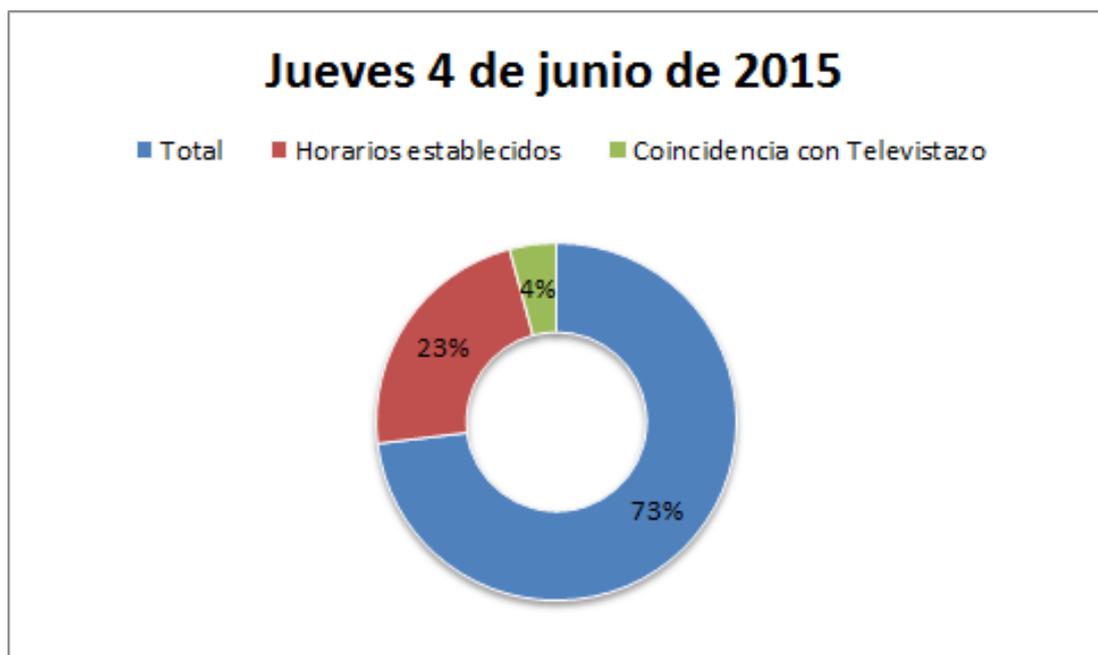
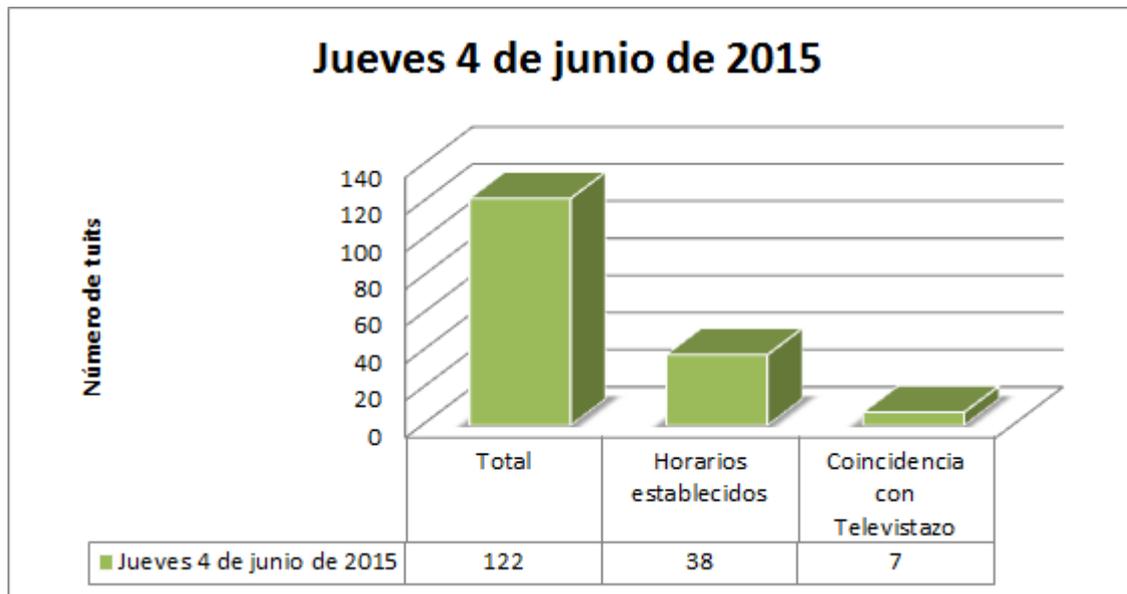
Ecuavisa @ecuavisa · 6 de jun.
#VIDEO | Verde 70 prepara nuevo álbum y gira por el país ecuav.tv/1MuvC7T



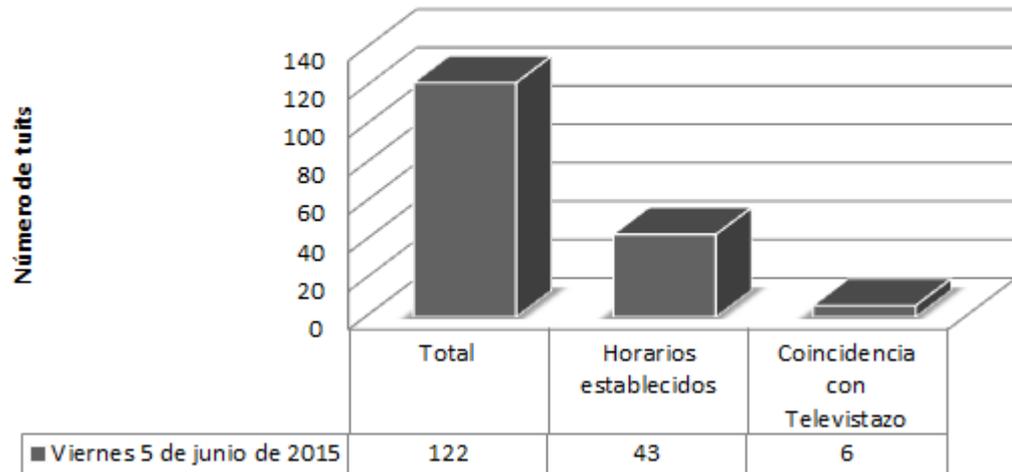
23 28 Ver foto

12. Resultados obtenidos

Los gráficos se elaboraron en base a los tuits de @Ecuavisa, tomando en cuenta el número total de contenidos lanzados desde la cuenta durante el día señalado, luego seleccionando los correspondientes a los horarios establecidos y por último, recogiendo los que tuvieron relación con los noticieros Televistazo de 13h00 y 20h00.



Viernes 5 de junio de 2015



Viernes 5 de junio de 2015

■ Total ■ Horarios establecidos ■ Coincidencia con Televistazo

