

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

**Proyecto de Tesis para Licenciatura de Comunicación  
Social con Mención Comunicación Organizacional**

**TEMA:**

**Estudio de las formas de uso de las redes virtuales  
de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.  
Casos específicos: Twitter y Facebook**

**INTEGRANTES:**

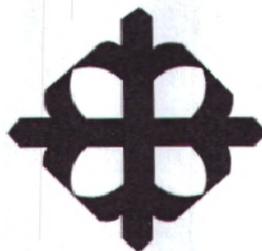
**Carolina Carrillo  
Kristel Carrera  
Merlyn Ochoa**

**TUTOR:**

**Lcda. Mariuxi León**

**GUAYAQUIL - ECUADOR  
2011 - 2012**

070.402.85  
C317e



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

**Proyecto de Tesis para Licenciatura de Comunicación  
Social con Mención Comunicación Organizacional**

TEMA:

**Estudio de las formas de uso de las redes virtuales  
de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.  
Casos específicos: Twitter y Facebook**

INTEGRANTES:

**Carolina Carrillo  
Kristel Carrera  
Merlyn Ochoa**

TUTOR:

**Lcda. Mariuxi León**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2011 - 2012**

# ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>Marco Teórico</b> .....	<b>3</b>
<b>Métodos y herramientas de investigación</b> .....	<b>14</b>
<b>Capítulo 1: Redes Sociales</b> .....	<b>25</b>
Definiciones y características de las redes sociales Twitter y Facebook.....	25
Breve historia de Twitter y Facebook.....	28
Las redes sociales entendidas por los periodistas.....	29
<b>Capítulo 2: Los medios y su etapa de convergencia</b> .....	<b>36</b>
Departamentos digitales de los medios analizados .....	42
Ecuavisa.....	42
El Universo .....	44
Expreso.....	47
Teleamazonas.....	49
El Comercio.....	50
<b>Capítulo 3: Redes sociales en el desarrollo de las noticias</b> .....	<b>53</b>
Noticias que tienen como única fuente a las redes sociales para la elaboración de las noticias .....	53
Noticias en las que las redes sociales son fuente complementaria y contrastada dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho.....	63
Las redes sociales solo sirven de referencia para el reportero para generar un tema.....	71
<b>Capítulo 4: Resultado de encuestas a periodistas</b> .....	<b>81</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>87</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>94</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>99</b>

## INTRODUCCIÓN.-

En los últimos años el internet se ha convertido para la sociedad en un canal de información y comunicación que llega de forma universal, bidireccional y de gran alcance. Muchas personas recurren a la web para buscar datos en un sistema que soporta sin dificultad el tráfico de distintos enlaces cibernéticos.

Este desarrollo provocó que los medios de comunicación se vieran en la necesidad de implementar páginas web para enganchar a nuevos y viejos usuarios con la información que proporcionaban en línea. Las versiones digitales de la prensa escrita y la televisión se están convirtiendo en el principal escenario de transmisión de noticias.

En este sentido se torna fundamental un estudio de la manera en que el periodista utiliza las redes sociales para informarse e informar a quienes los siguen por medio de estas redes.

Es por ello que decidimos indagar en el tema con el fin de proporcionar a la facultad de Filosofía y Letras un estudio que muestre el impacto que tienen estas nuevas tendencias en el trabajo diario del periodista. El estudio se realizó en la ciudad de Guayaquil en empresas de comunicación que han utilizado como plataforma tradicional su trabajo en prensa y televisión.

Principalmente en nuestro país los medios de comunicación anteriormente mencionados poseen una página web y una cuenta en las redes sociales, incluso muchos de los periodistas de estos medios tienen una cuenta personal que es promovida en muchos de sus reportajes y notas.

Teleamazonas, Ecuavisa, Diario El Comercio, Expreso y El Universo actualizan constantemente la información que se genera en el país e internacionalmente.

Estos cinco medios que decidimos estudiar de acuerdo a los datos de sus cuentas en las redes sociales son los que tienen mayor número de seguidores y son los más representativos en el país. El 23 abril del 2011 fue el día que tomamos como referencia para establecer el número de seguidores.

@teleamazonasec.- Canal de noticias, entretenimiento, deportes, información variada de Ecuador y el Mundo. También presente a nivel internacional a través de

Dish latino cuenta con 10.389 Tweets, 18.031 personas a las que sigue, 49.030 Seguidores.

@elcomerciocom.- Periódico digital de Quito, Ecuador, tiene 13.784 Tweets, 5.714 Siguiendo, 23.873 Seguidores

@ecuavisa.- Principal estación de televisión de Ecuador ha colocado 13.468 Tweets, 4.839 Siguiendo, 56.816 Seguidores.

@eluniversocom.- Diario El Universo actualiza constantemente noticias sobre el acontecer nacional, internacional, economía, deportes, migración, entretenimiento entre otras. Esta cuenta ha publicado 11.237 Tweets, 701 Siguiendo, 45.413 Seguidores.

@editorexpreso.- Señala en Twitter que sus tweets son desde el escritorio del Editor General de Diario Expreso. Ha publicado 7.166 Tweets, 10 Siguiendo, 7.575 Seguidores.

Debido a estas cifras, los empresarios de los medios de comunicación se han visto en la obligación de invertir en departamentos de internet y en la contratación de personal netamente dedicado a la actualización de las noticias digitales. Este equipo también tiene la responsabilidad de mejorar el sistema y hacerlo más atractivo a los usuarios que ingresan diariamente a la web. Por este motivo los medios trasladan su presencia a las redes sociales.

De esta forma se modifica el ejercicio periodístico sin que esto signifique cambiar la esencia con la que los medios de comunicación tradicionalmente han llegado al público, pero sí conlleva a crear nuevas rutinas en el trabajo del periodista que es el de virtualizar la información.

El proceso de recolección de información e investigación de este estudio ha implicado de nuestro tiempo completo, de la realización de encuestas personalmente, incluso de llenar formularios por los encuestados. Sin embargo, el resultado de este proceso ha sido exitoso y nos sentimos con gran satisfacción de haber culminado. Este trabajo será la muestra de una minuciosa investigación que servirá para el desarrollo periodístico y personal de cada una de nosotras.

## Elementos Teóricos (Marco Teórico) del proceso de investigación

La evolución de los medios de comunicación de masas ha ocasionado que cada vez se desarrollen nuevas y modernas formas de llegar al receptor, una de ellas es el crecimiento de la tecnología y la Internet como herramienta de la comunicación.

Anteriormente, muchos psicólogos y sociólogos estudiaron los medios de comunicación de masas y el impacto que el mensaje tiene en la audiencia, no solo para informar sino también para manipular a quienes la consumen.

Uno de estos investigadores es Harold Dwight Lasswell, quien desarrolló la 'Teoría de la aguja hipodérmica' entre los años 1900 y 1940. Una teoría cuya base medular destaca que la información proporcionada por los medios de comunicación es una verdad absoluta y única y que no puede ser cuestionada ni puesta en duda. En esta teoría el receptor es pasivo, es decir solo recepta información.<sup>1</sup> En un estudio realizado por Ángela Vera dice: "esta es una teoría que entraña, indudablemente, muchos peligros, pues jamás pone en entredicho la veracidad de la información que suministran los medios y, por el contrario, legitima la capacidad de éstos de moldear conductas".

Con el pasar del tiempo los estudios ya no solo estaban encaminados a que los medios de comunicación de masas modificarán los comportamientos de quienes lo consumían, sino que además se analizaban los equipos técnicos que permitían que dicho mensaje llegue al usuario. En 1948 nació la teoría "*A Mathematical Theory of Communication*" (*Teoría matemática de la comunicación*). Su creador, el ingeniero electrónico estadounidense Claude E. Shannon, basa su análisis en las nuevas formas de llegar al usuario. El origen de la teoría está en la transmisión y el procesamiento del mensaje emitido por medios masivos de comunicación tales como la televisión, el teléfono, las redes de teletipo y los sistemas de comunicación por radio.

Esta teoría posee varios componentes:

1.- Fuente de información que produce un mensaje.

---

<sup>1</sup> Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos5/modte/modte.shtml>

- 2.- El transmisor (teléfono, amplificador o micrófono y transmisor de radio) que convierte el mensaje en señales electrónicas o electromagnéticas.
- 3.- Canal o medio que puede ser un cable o la atmósfera.
- 4.- Receptor, como por ejemplo el radio, que transforma de nuevo la señal recibida en el mensaje original.
- 5.- Destinatario, una persona escuchando el mensaje.

Años más tarde, en la década del 80, empezaron las bases del reciente internet y con ello el interés de los medios de comunicación por modernizar los sistemas. Y es así como paulatinamente la red rompió los esquemas modificando no solo la forma de comunicar, sino de recibir información de parte de la televisión, prensa escrita y radio.

Para entonces las teorías también fueron acoplándose a la revolución de la internet y a la evolución de la "web 1.0", donde los usuarios se conformaban con recibir y encontrar información, a la "web 2.0" que permite a las personas retroalimentarse y además interactuar con el emisor. Esta última, viene de la mano con las redes sociales, sistema que permite una comunicación entre usuarios que se agrupan por afinidad en cuanto a temas, amigos o familiares.

En el libro "Herramientas Digitales para Periodistas", su autora Sandra Crucianelli, se refiere a las redes sociales como un espacio que permite interactuar, hacer conexiones sociales, un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones, donde las noticias y primicias ya no son exclusivas de los periodistas sino también de los usuarios en la red. De esta forma "los contenidos de la web se socializan y dejan de ser monopolio de los comunicadores".<sup>2</sup>

En las redes sociales millones de internautas están conectados, así lo refleja la 'Teoría de los 6 grados de separación', que propone que cada persona está relacionada entre sí a través de no más de seis sujetos diferentes del planeta. El sociólogo Duncan Watts autor de esta teoría destaca que "*la red de conocidos de*

---

<sup>2</sup> Crucianelli, Sandra (2010). Herramientas Digitales para Periodistas (88).

*una persona podría extenderse a través de las redes de conocidos de sus conocidos y ser, virtualmente, conocido de toda la humanidad.”<sup>3</sup>*

Este mismo autor elabora la “Teoría de los 10 Saltos” que establece que las personas se pueden conectar con otras a solo 10 saltos.” Para ello se hace el siguiente ejercicio: el mensaje que emite 1 persona llega al menos a 100 sujetos conocidos, por lo tanto si ese mismo mensaje lo comparten 100 individuos, llegará a 10.000 personas que luego lo transmitirán a 1.000.000 personas y así sucesivamente. La cadena que inició con un pequeño número de enlace se vuelve una red social humana, es decir la información por medio de internet se extiende a más individuos que estén conectados.

La gran conexión que existe entre los internautas es una ventaja para las redes sociales, pero termina siendo una de los mayores limitantes para los medios de comunicación tradicionales donde los usuarios no son parte de la noticia. En el 2002, Steve Outing, uno de los pioneros del periodismo digital de Estados Unidos, señala que “La Internet y la web son interactivos por naturaleza, y para que estas tengan éxito como medio masivo, deben aprovechar sus fortalezas sobre los otros medios”.<sup>4</sup>

De ahí que el mundo de las comunicaciones debe ir encaminado a aprovechar al máximo las nuevas tecnologías que año tras año salen al mercado. En el 2007 Dan Gillmor, director del Knight Center for Digital Media Entrepreneurship en Arizona State University, planteó que las redes permiten una conversación permanente entre usuarios.

Otros estudios revelan el crecimiento acelerado de las redes sociales y la preferencia de la audiencia de consumir noticias por medio de la web. Por ejemplo, en Madrid (19 de julio 2011) un total de 5,5 millones de españoles seguían los medios de comunicación a través de redes sociales como Facebook (casi tres

---

<sup>3</sup> Camus, Juan C. (2006). Tienes 5 segundos. Duncan, Watts. Six Degrees: La ciencia de una era conectada. Recuperado de <http://www.andercismo.com/2006/12/redes-sociales-en-internet.html>

<sup>4</sup> Camus, Juan C. (2006). Tienes 5 segundos. Duncan, Watts. Six Degrees: La ciencia de una era conectada. Recuperado de <http://www.andercismo.com/2006/12/redes-sociales-en-internet.html>

millones), Twitter (unos 2,4 millones) y YouTube (197.000), según el 'Informe 2011: Medios de comunicación en las redes sociales', que elaboró la consultora GAD.<sup>5</sup>

En base a lo antes expuesto, en Ecuador se han implementado departamentos digitales y se han creado cuentas que permiten informar a su audiencia no solo por el sistema tradicional de comunicación (tv, radio, prensa), sino también por la web. En el 2001, Ferrero Barberá señala que: "Internet es sin duda un medio de comunicación, pero no de masas tal y como lo entendemos ahora. La Internet es un medio integrador con capacidad para crear una interacción y una personalización de contenidos desconocida hasta ahora, sin embargo no es un medio de comunicación de masas, ya que para ello haría falta un receptor que recibiera el mismo contenido, y eso no funciona así en Internet".

Por otro lado no solo los medios de comunicación como empresa han tenido que adaptarse a los nuevos paradigmas de la comunicación, sino también los reporteros. Mark S. Luckie señala que hay diez destrezas que los periodistas en la actualidad deben manejar y saber utilizar, una de ellas es publicar un tweet en Twitter. Luckie resalta que estas habilidades forman parte de programas educativos como: Knight Digital Media Center o el International Center for Journalists donde se prepara a los comunicadores.

Tal como se refiere Mark S. Luckie con respecto a las destrezas del periodista actual decidimos realizar un seguimiento a los medios de comunicación que tienen mayor acogida en el país tanto en prensa como en televisión.

En este marco, por dos meses consecutivos realizamos un seguimiento a Ecuavisa, Teleamazonas, El Comercio, El Universo y Expreso. Tras analizar su programación y esquema periodístico se notó al menos una vez en la semana la presencia de las redes sociales Facebook y Twitter para la elaboración y difusión de la noticia.

El principal eje de análisis fue determinar si estas redes sociales son 1.- fuente principal y única para la elaboración de la noticia, 2.- si son de apoyo –fuente complementaria y contrastada- dentro de la elaboración, producción de las notas

---

<sup>5</sup> Recuperado de <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-54-millones-espanoles-siguen-medios-comunicacion-facebook-twitter-20110719125743.html>

periodísticas y difusión del hecho, o 3.- si solo sirven de referencia para el reportero, es decir la voz de alerta de que algo está pasando para generar un tema.

En el monitoreo que hicimos de las noticias publicadas por los medios de comunicación Ecuavisa, Teleamazonas, El Comercio, El Universo y Expreso, pudimos constatar dentro de nuestro período de observación que, por ejemplo en el Noticiero 24 horas de las 13h00 presentado por Teleamazonas, el pasado 30 de septiembre fue evidente el empleo de la red social Twitter. El presentador de noticias Milton Pérez leyó desde su celular lo que publicaba el presidente de Venezuela en su cuenta de Twitter: “están tratando de tumbar al Presidente Correa, alerta a los pueblos de la alianza bolivariana”, enfatizó el presentador: “lo dijo Chávez en su cuenta en Twitter”. De esta forma usó a la red social como fuente de apoyo de información para alimentar con una fuente externa las repercusiones de los hechos en Ecuador. En anteriores ocasiones se esperaba un comunicado oficial desde las instituciones públicas, ahora solo basta con ingresar a las cuentas en las redes sociales.

El mismo 30 de septiembre, los medios de comunicación no pudieron transmitir ningún tipo de información después de las 14h00, ya que todos los canales se encontraban en cadena nacional. Fue entonces cuando los ciudadanos del país y quienes viven en el exterior optaron por informarse a través de redes sociales, como Twitter y Facebook, sobre lo que acontecía en Ecuador.

Los medios impresos Expreso y El Universo, confirmaron después del incidente que las redes sociales fueron el medio de comunicación alternativo para informarse. Según Social Mention, ente que mide la actividad en internet, el término “Rafael Correa” tuvo una fuerza del 25% en las búsquedas de ese día. Entre las diez palabras más buscadas estuvieron Ecuador, Presidente, Policía, Quito, hospital y rescate.

“Así, a través de las redes sociales, y bajo los hashtag #30s (en referencia al 30 de septiembre) y #policiaec, los ciudadanos pudieron observar desde fotografías de saqueos en locales de Guayaquil, información de última hora distinta a la

proporcionada por el oficialismo e incluso una fotografía que supuestamente permitía identificar al fallecido durante los enfrentamientos en el Regimiento Quito 1.

En los sitios de Internet el público subía fotografías, comentarios de lo que pasaba, al instante.

La web también fue el medio utilizado por el Gobierno Nacional para decretar el estado de excepción y para anunciar que tenía problemas con sus sitios en red.”<sup>6</sup>

Por otro lado, no sólo las noticias políticas son publicadas en estos sitios. Artistas como Alejandro Sanz, Lady Gaga, Juan Fernando Velasco, Paulina Rubio, son parte de la información que se generan desde Twitter.

Dentro del período de observación, se logró notar que en el segmento “En Corto” del noticiero de Telemazonas, adquirió el 60% de sus noticias desde Twitter. El 23 de septiembre del 2010 la presentadora del segmento, Gabriela Díaz, presentó la siguiente noticia:

*La artista Paris Hilton está siendo deportada de Asia por sus problemas con la justicia, ella se desahogó con sus fans que la siguen en su cuenta de Twitter: “estoy muy decepcionada por no haber encontrado a mis fans de Asia les prometo que volveré pronto”.* La noticia estuvo basada solo en lo que publicó la artista en su cuenta Twitter, no se transmitieron imágenes de su deportación, solo un video musical que fue presentado mientras la reportera leyó su nota.

En el año 2010 Diario Expreso ya daba fe de que las redes sociales como Facebook y Twitter estaban entre las páginas más visitadas de la web. “El ranking de las 10 páginas más leídas lo lidera Google Ecuador; le sigue la red social Facebook, Windows Live y YouTube. En quinto lugar vuelve a aparecer Google, pero en su versión internacional; Yahoo!, MSN, Blogger.com, Hi5 y Wikipedia continúan en la lista.

A nivel mundial, la preferencia del tráfico se asemeja al menú de los internautas domésticos. Google.com se ubica en la cúspide de la tabla. Facebook, YouTube, Yahoo!, Windows Live, Baidu.com (motor de búsqueda chino, como Google),

---

<sup>6</sup> (2010, 1 de octubre) Sección Nacional. Diario Expreso.

Wikipedia, Blogger.com y QQ.com (portal chino dedicado a la mensajería instantánea) ocupan las otras posiciones. Mientras que la red social Twitter es décima.<sup>7</sup>

El 3 de septiembre 2010, el Diario El Universo aseguraba que Facebook tiene 500 millones de usuarios y Twitter superaba los 175 millones de usuarios. Además resaltó que el 62% de las personas que utilizan las redes sociales tienen o utilizan aparatos móviles para acceder al servicio. En el 2010 Ecuador llegaba a una cifra de 200 mil usuarios.

El 3 de agosto del 2010, luego de la aparición de un supuesto objeto volador no identificado, Ecuador alcanzó su primer Trend Topic (los temas más comentados a nivel mundial en Twitter).

Los usuarios se mantienen enganchados en tiempo real al Twitter, a través de la búsqueda de temas y celebridades. En el 2010, el rescate de los mineros de Chile fue uno de los temas más buscados, al igual que el nombre de Ricky Martin por su declaración homosexual. En el 2011, los nombres de las presentadoras y reporteras María Teresa Guerrero y Ruth del Salto, y el tema de la consulta popular se mantuvieron dentro de los usuarios y temas más buscados.

Vadim Laurusik el pasado 08 de Diciembre de 2010 realizó una interesante reflexión, donde anunciaba la nueva manera de realizar investigaciones. Según Laurusik, "las redes sociales permiten a los periodistas distribuir ciertas tareas entre su comunidad de lectores".<sup>8</sup> Con esto se conseguiría una mayor implicación e incluso información a través de comentarios y pistas.

Continuando con el monitoreo, que en una primera fase de estudio realizamos desde el 25 de septiembre al 25 noviembre en Diario El Universo registramos 20 noticias en las cuales se menciona a las redes sociales: Facebook y Twitter.

El 30% corresponde al segmento Vida y Estilo donde se escribe sobre la vida de los artistas, su trabajo, sus polémicas y hasta su agenda de trabajo. El 20% es sobre

---

<sup>7</sup> (2010, 12 de noviembre) Portales del Estado entre los más visitados de la web. Recuperado [diario-expreso.com/.../portales-del-estado-entre-los-mas-visitados-de-la-web](http://diario-expreso.com/.../portales-del-estado-entre-los-mas-visitados-de-la-web)

<sup>8</sup> Recuperado de <http://www.infoperiodistas.info/busqueda/noticia/resnot.jsp?idNoticia=11042>

tecnología. Un 15% de las noticias corresponde a temas internacionales y en menor porcentaje temas de seguridad, de Guayaquil y deporte.

Un ejemplo de la utilización de las redes sociales fue durante la muerte del hijo del periodista deportivo Rómulo Barco. En Guayaquil, por medio del Twitter los usuarios de esta red rechazaron el crimen y por el mismo sistema se convocó a una marcha pidiendo al Gobierno más seguridad.

En cuanto a Ecuavisa, que es otro medio en estudio, de las 30 noticias que salieron al aire en los dos meses de observación, el 80% correspondían a los segmentos "farándula" e "internacionales". En estos espacios se menciona a las redes sociales como generadoras de información.

En "Gente" se habló de la vida de los famosos, cantantes no solo del extranjero, sino también de Ecuador.

Por otro lado, las presentadoras de este espacio promocionan su dirección de Twitter.

El 17 de diciembre del 2010, Ecuavisa cumplió un año de haber creado su página en las redes sociales de Twitter y Facebook.

Otro de nuestros medios de estudio, Diario Expreso, también publica noticias relacionadas a los políticos y su cuenta en Twitter, además de convertir a las redes sociales como tema adicional dentro de sus secciones.

La mayoría de estas notas, casi en un 60%, son publicadas por la redacción digital. Es decir, que son noticias que surgen en el día y que no se publican en la edición impresa del periódico sino que "alguien" en la redacción del diario las coloca en internet.

En una nota publicada en la página web del diario el 3 de Octubre de 2010, se informa que la presidenta argentina Cristina Kirchner justificaba a través de la red social Twitter el refugio al ex guerrillero chileno Galvarino Apablaza. Expreso simplemente retransmitió esa noticia que surgió en dicha red, sin adicionar información.

El 23 de noviembre de 2010 la página web del diario publicó lo acontecido en el plantón contra la inseguridad que se desarrolló en la ciudad de Guayaquil. La redacción digital fue la encargada de informar a los usuarios en la web sobre este hecho.

Por su parte, la redacción de diario El Universo en un artículo publicado el 18 de febrero de 2011, apoyó su producción periodística en lo que publicaban los usuarios de estas redes sociales sobre la conexión de Internet de la operadora telefónica Porta.

“Por las redes sociales como Twitter y Facebook decenas de suscriptores se quejan por los mismos inconvenientes en los últimos días, especialmente en horarios nocturnos. Unos comentan que no pudieron conectarse o la señal fue lenta.

Guillermo Vines, un usuario de Porta, aseguró en Twitter que “la señal se me va a cada rato del día, y por las noches es más, me bloquea totalmente el servicio de internet”.<sup>9</sup>

Tal como se lo plantea y sustentado en nuestro monitoreo previo para el desarrollo de esta tesis, las redes sociales permiten al periodista tomar el pulso de las opiniones y quejas del público, además de adquirir información que están subidas en la web y que pueden ser aprovechadas por el comunicador social. Paul Bradshaw, fundador de Helpmeinvestigate, asegura que estas herramientas abren las puertas a la colaboración de los lectores en trabajos de investigación, consiguiendo «conectar a la gente en torno a una causa», algo que de otro modo no podría lograrse, según este experto en medios. “El lado positivo es que permiten a los periodistas escuchar a su audiencia”.<sup>10</sup>

De esta manera resulta importante determinar si los medios de comunicación empiezan a dar protagonismo a los usuarios de estas redes, a la conversación que se genera en estos sitios web y que luego que es colocada en los medios, y cómo las redes sociales se convierten en fuentes y generadoras de información. Los

---

<sup>9</sup> (2011, 18 de febrero) Usuarios de operadora se quejan por conexión. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/02/18/1/1356/usuarios-operadora-quejan-conexion.html>.

<sup>10</sup> Recuperado de <http://www.infoperiodistas.info/busqueda/noticia/resnot.jsp?idNoticia=11042>

Diarios "ABC" y "El País", ambos medios españoles, permiten a la audiencia publicar hechos noticiosos con la finalidad de lograr un vínculo más cercano y directo entre el medio y los usuarios.

Así como hay profesionales de la comunicación que apoyan el uso de las redes sociales existen otros que tienen opiniones opuestas. Elsa González, se muestra contraria al hecho de romper el paradigma de la comunicación.

Esta profesional del periodismo y presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) dice defender el periodismo elaborado por el periodista. "El mal denominado 'periodismo ciudadano' no lo entendemos". Estas declaraciones las dio refiriéndose a Wikileaks, mas no pueden endilgarse a Facebook o Twitter. "El proceso periodístico tiene que estar por encima y cada medio tiene que valorar si procesa esas filtraciones y las eleva a categoría de noticia".<sup>11</sup>

Otro crítico del uso de las redes sociales en el trabajo del periodista es Juan R. Coca, de la Sociedad de información, quien dice que la iniciativa "de un supuesto ciber-periodismo tiene el riesgo de que la noticia se vea resentida por un exceso de subjetividad en la redacción de la misma". Ello debido a que los usuarios que participan en un determinado medio no son periodistas ni tienen experiencia en el campo.

El inglés Neal Gabler, asegura que las redes sociales podrían ser un arma de doble filo, pues crean falsos críticos o más bien restan influencia a los críticos tradicionales. Acota que en Facebook y Twitter los usuarios tienen la libertad de escribir sobre cualquier cosa, así carezcan de información suficiente y en muchos de los casos publican información sin haber investigado a profundidad el tema.

La importancia de las redes sociales en los medios de comunicación es uno de los temas más debatidos en los últimos años. Pues no solo se trata de establecer quiénes utilizan estas herramientas para comunicarse, sino si en algún momento van a reemplazar los tradicionales medios de comunicación.

---

<sup>11</sup>Recuperado de <http://www.infoperiodistas.info/busqueda/noticia/resnot.jsp?idNoticia=11042>

Javier Moreno, director del diario El País, en una conferencia a mediados de marzo del 2011 ha vaticinado "el final de la prensa escrita en los próximos años". Pues por la avalancha de información que proporcionan las redes sociales deja constantemente desactualizada la información que se imprime en los periódicos.

"Es probable que el ciudadano interesado en Libia o Egipto tenga más interés en coger el ordenador para ver información viva y actualizada, que en ir a comprar un periódico para ver una foto congelada hace más de diez horas".

Esa necesidad desenfrenada de adquirir información de una forma rápida hizo que empresas invirtieran en sistemas que permitan acceder a las redes sociales. Es por eso que en 2010, según informa la consultora Gartner, las empresas invirtieron un 15% más en programas de redes sociales internas, y se estima que este año el gasto se incremente un 16% más.

Nuestras conclusiones serán el resultado de un proceso de estudio en el que los principales protagonistas son profesionales vinculados con el fenómeno de la información inmediata en la red.

## MÉTODOS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Para nuestro "Estudio de la forma de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico. Casos específicos: Twitter y Facebook" hemos utilizado varias herramientas que nos permitieron establecer si las redes sociales están modificando el trabajo dentro de los medios de comunicación, y de igual forma conocer si Twitter y Facebook se encuentran estrechamente relacionados con la generación y transmisión de información.

Se realizó un monitoreo de las noticias generadas por cinco medios de comunicación ecuatorianos que, según logramos identificar, son los que más seguidores tienen en las redes sociales Twitter y Facebook. El registro de seguidores se tomó el sábado 10 de septiembre de 2010.

Los medios seleccionados fueron:

- Ecuavisa con 114.324 en Twitter y 207.832 en Facebook
- Teleamazonas con 97.018 en Twitter y 71.929 en Facebook
- El Comercio con 44.320 en Twitter y 13.268 en Facebook
- El Universo 87.260 con en Twitter y 92.152 en Facebook
- Expreso con 12.912 en Twitter y 2.677 en Facebook

### a. Periodo de análisis

El monitoreo de las noticias se realizó entre el 25 de septiembre de 2010 y el 25 de marzo de 2011. Esta selección responde a que en el período mencionado ocurrieron acontecimientos de interés nacional e internacional.

El primer ejemplo: la rebelión del 30 de septiembre. La mayoría de los medios de nuestro análisis informaron de los acontecimientos por medio de las redes sociales. Ese día el Gobierno decretó estado de emergencia y obligó a los medios de comunicación a sumarse a la cadena nacional. El Gobierno, por medio del canal

Ecuador TV acaparó la transmisión, pues la única señal que llegaba a los hogares a través de la televisión abierta, era la del medio estatal.

En esa fecha, Ecuador alcanzó uno de sus trending topics (temas más populares a nivel mundial en la red social Twitter) gracias al hashtag (etiqueta en la red social Twitter) #30S.

Otro ejemplo fue la consulta popular. No se terminaba de anunciar oficialmente que los ecuatorianos regresaríamos a las urnas, cuando en Twitter y Facebook ya se creaban cuentas a favor y en contra de la convocatoria que se realizó el 16 de febrero.

Se habilitaron cuentas como “No al cierre de casinos”, “No a la consulta popular 2011 Ecuador”, “Vota Sí en la primera pregunta”, “Todo para la Patria”. Según la página Consulta Popular Ecuador 2011, 42 espacios en la red se dedicaron a publicar información sobre las diez preguntas de la consulta popular o que apelaban al voto. Más de 20 grupos defendían diferentes posturas respecto a la consulta. Otras 12 cuentas fueron identificadas en Twitter, así como cinco blogs y cinco videos en el portal YouTube, cuatro de los cuales promovían el No. La consulta se realizó el sábado 7 de mayo.

Las redes sociales también participaron activamente durante el terremoto de intensidad 9.0 y el posterior tsunami en Japón, un hecho ocurrido el pasado 11 de marzo. Luego de que los habitantes afectados quedaron sin acceso a servicios básicos, muchas personas fuera del territorio se informaron por medio de las redes sociales. Incluso meses después, ciudadanos de varios países, como artistas y famosos, iniciaron campañas solidarias para ayudar al devastado país a través de estos medios.

Pero la información de la tragedia también incluyó a nuestro país, pues la alerta de tsunami afectó a decenas de países de las costas del Océano Pacífico, entre ellos Ecuador. El Gobierno ordenó la evacuación de los pobladores del perfil costanero y los ciudadanos requerían conocer los últimos datos a través de las redes sociales.

En temas internacionales, también podemos citar la “Revolución democrática árabe” o “primavera árabe”. Una temporada de grandes enfrentamientos y protestas

populares entre rebeldes y militares que logró históricos cambios políticos. Inició el 9 de octubre del 2010 en Sahara Occidental, donde casi 60 personas murieron. El 13 de enero del 2011 se dio quizás, una de los más grandes levantamientos populares en Libia: en 4 meses 15.000 personas murieron en el combate. En total 20 países se sumaron poco a poco marcando hitos en la historia y dejando trágicos resultados: cerca de 20.000 víctimas.

En ese contexto, los políticos cuestionaron el rol e impacto de las redes sociales en las revoluciones árabes. Hasta ahora se preguntan si agilitaron los enfrentamientos o fue la forma más rápida de estar informados. De hecho el Ministro indonesio de Comunicación acusó a las redes sociales de desempeñar “un papel desestabilizador en las revoluciones de los países árabes”, y llamó al Estado a controlar más internet.

Otro tema de interés durante nuestro tiempo de estudio fue el rescate de 33 mineros que quedaron atrapados a 700 metros de profundidad. Estuvieron cerca de 70 días bajo tierra y finalmente el 13 de octubre fueron salvados. Eran 32 chilenos y uno boliviano.

Según la página Top position, de los diez trending topics del día del rescate, siete estuvieron relacionados con el rescate de los mineros chilenos: Florencio Avalos, First Chilean Miner, Chilean mine rescue, Miner Rescue, Minero Chileno, #rescatemineros, Capsule. La misma página concluye que la palabra “mineros” y la palabra “Chile” generaron aproximadamente 36,81 y 74,17 tweets por minuto, respectivamente. El Facebook también fue relevante, tanto que más de nueve mil fans se sumaron a las páginas relacionadas con este tema.

Estos son algunos de los hechos más importantes monitoreados en cada uno de los cinco medios de comunicación: Ecuavisa, Teleamazonas, El Comercio, El Universo y Expreso.

#### **b. Variables analizadas**

A pesar de que en el apartado anterior solo se ha mencionado unos pocos hechos acontecidos en las fechas citadas, la realidad es que han sido numerosas las noticias, todas de acuerdo con su contenido y procedencia, las que fueron

analizadas en nuestro estudio, según su correspondencia, con una o varias de las siguientes tres variables:

**a.- Noticias que tienen como única fuente a las redes sociales para su elaboración.**

En esta variable irán todas las noticias que tengan como única fuente a las redes sociales (Twitter y Facebook), y que han sido publicadas sin antes haber sido confirmadas o comprobadas con otras fuentes o con otros medios de comunicación.

Esto nos sirve para conocer si el surgimiento de las redes sociales ha servido o no como excusa a los periodistas para obviar uno de los principios básicos del oficio: la corroboración de la información y no confundir el rumor con noticia.

**Ejemplo de variable:**

### ***Nelly Furtado dará un millón de dólares a la caridad***

*La estrella canadiense del pop Nelly Furtado reveló en Twitter haber recibido un millón de dólares por un concierto que ofreció al clan del dirigente libio Muamar Gadafi en el 2007, y prometió donar el dinero a obras de caridad. "Voy a hacer una donación", escribió más adelante Furtado en su cuenta en Twitter, sobre la presentación que duró 45 minutos. La artista no especificó a quién será donado el dinero.<sup>12</sup>*



Miércoles 02 de marzo del 2011

Gente ◀ ▶

## **Un millón de dólares dará Nelly Furtado a la caridad**

AFP | VANCOUVER, Canadá

La estrella canadiense del pop Nelly Furtado reveló en Twitter haber recibido un millón de dólares por un concierto que ofreció al clan del dirigente libio Muamar Gadafi en el 2007, y prometió donar el dinero a obras de caridad.

"Voy a hacer una donación", escribió más adelante Furtado en su cuenta en Twitter, sobre la presentación que duró 45 minutos. La artista no especificó a quién será donado el dinero.

<sup>12</sup> (2011, 2 de marzo) Un millón de dólares dará Nelly Furtado a la caridad. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/03/02/1/1379/un-millon-dolares-dara-nelly-furtado-caridad.html>

El reportero de Diario El Universo realizó la nota solo con la información que la artista había publicado en su cuenta en Twitter. Es decir, no hay más fuentes consultadas que confirmen que Nelly Furtado entregará un millón de dólares.

#### **b.- Noticias en las que las redes sociales son apoyo dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho.**

Es cuando el reportero utiliza las redes sociales solo como referencia para armar sus noticias. En este punto el periodista debería tener otras fuentes de información que le permitan verificar sus notas.

Esta variable permite comprobar si el periodista y/o el medio de comunicación utilizan a las redes sociales como una herramienta extra de trabajo periodístico y que soporta su labor diaria para efectuar sus reportajes.

#### **Ejemplo de variable:**

##### ***Falsa alarma terremoto en Ecuador***

*13 de enero 2011 (Ecuavisa noticiero de la noche)*

*En las últimas horas, un rumor hierve en Twitter, Facebook, y en los teléfonos Blackberries. Se indica que es posible que ocurra un terremoto en Ecuador debido a la similitud de la temperatura registrada en los últimos días, como la que se dio en Haití, momentos previos al fenómeno telúrico de hace un año.*

*Es necesario aclarar que ni en Japón, país que dispone de la tecnología más avanzada en materia de predicción de terremotos, se anticipan estos movimientos sísmicos. El margen máximo de advertencia es de veinte segundos. De modo que no es cierto que el Instituto Oceanográfico o CNN hayan emitido ningún boletín y mucho menos una advertencia. El representante del Instituto desmintió este rumor.*

En este ejemplo el reportero no se basó en las publicaciones de las redes sociales. Sino que al contrario buscó otra fuente que haga contrapeso a las aseveraciones que circulaban en la red. En esta noticia parte de la redacción es con la información obtenida en las redes sociales, pero también con declaraciones de las instituciones relacionadas al tema que desmintieron el rumor.

### **c.- Las redes sociales sirven de referencia para el reportero.-**

En esta variable se establece si las redes sociales son utilizadas por el reportero solo como un canal para adquirir información que no es oficial ni definitiva. Es decir, las noticias que se incluyan en este punto de análisis serán aquellas cuya información surja, en primera instancia, en las redes sociales, pero solo como una voz de alerta de que algo podría pasar. Posteriormente esos datos tuvieron que haber sido investigados, confirmados y contrastados con fuentes.

#### **Ejemplo de la variable:**

##### ***Enfrentamiento en El Cairo - 26 de enero 2011***

*En Egipto es la segunda jornada de protestas contra el régimen del Presidente Hosni Mubarak.*

*Centenares de manifestantes se enfrentaron a los policías en el centro de El Cairo. Hay media docena de heridos.*

*La movilización que terminó con seis detenidos, fue convocada por medio de las redes sociales Facebook y Twitter, burlando así el bloqueo impuesto por el Gobierno.*

En esta noticia, que se transmitió por Ecuavisa, el reportero hace hincapié en que los enfrentamientos persisten en El Cairo, pero destaca que la movilización se realizó por medio de las redes sociales.

#### **c. Entrevistas**

En nuestro estudio, además del monitoreo de las noticias transmitidas por los cinco medios de comunicación en estudio, hemos tomado en cuenta varias entrevistas a personas involucradas en la generación y transmisión de noticias por medio de las redes sociales. Las entrevistas han sido presenciales y tenemos una base de entrevistados. Entre las personas consultadas estuvieron:

- Emilio Carrión, Director del departamento digital de Ecuavisa. Periodista Profesional.

- Allen Panchana, Director del noticiero estelar de Ecuavisa. Licenciado en Periodismo y uno de los mentalizadores del uso de las redes sociales para la creación, generación y soporte de noticias que transmite Ecuavisa.
- Paúl Mena Erazo, Corresponsal de la BBC de Londres. Periodista multimedia y profesor universitario e instructor en periodismo digital, y leyes y ética de la comunicación.
- Fernando Astudillo, Subjefe de redacción de diario El Universo. Periodista y coordinador del departamento de Nuevos Medios.
- Rosa María Falconí, Editora del sitio WEB, diario El Universo.
- Santiago Neumane, Editor de las Redes sociales de diario El Universo.
- María Fernanda Pazmiño, Administradora de la página web de Teleamazonas.
- Gabriel Alomía, ingeniero de Sistemas de Teleamazonas.
- Julio Páez, jefe de Contenidos de la página web de Teleamazonas.
- Rubén Darío Buitrón, jefe de información de diario El Comercio
- Cristhian Peñaherra, Coordinador de proyectos de diario El Comercio
- Felipe Martínez, Editor multimedia de diario El Comercio
- Luis García, Coordinador de video de diario El Comercio
- Francisco Poveda, editor digital de Expreso.
- Guillermo Lizarzaburu, editor general de Expreso –a la fecha de nuestro estudio-.
- Diana León, periodista de La Revista de diario El Universo.
- Mariuxi Buenaño, directora del segmento Farándula y Gente de Ecuavisa.

#### **d. Encuestas**

En el trabajo de tesis “Estudio de las formas de uso de las redes virtuales del trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico. Casos específicos: Twitter y Facebook” también se realizaron 132 encuestas que se efectuaron a las personas que trabajan en los departamentos de noticias y en las páginas web de los medios estudiados: Ecuavisa, Teleamazonas, El Comercio, El Universo y Expreso.

A continuación el modelo de la encuesta:

**Nombres:**

**Edad:**

**Sexo:** M.....

F.....

**Universidad:**

**Título obtenido:** .....

**Cargo:** .....

**Medio en el que trabaja:** .....

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI

NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI

NO

**3. Se considera usted usuario:**

**Activo**

**Inactivo**

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook

Twitter

Otra.....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido

**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI

NO

Por qué? -----

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI

NO

Por qué? -----

La encuesta tiene 13 preguntas. Once de ellas son cerradas y dos abiertas, que permitieron que el comunicador social emita sus opiniones y/o justificaciones sobre las redes sociales como herramienta periodística, en caso de que así lo consideren. Con estas encuestas, además, analizamos la importancia que las redes sociales tienen para el trabajo periodístico local.

Los resultados de este trabajo, como el de las variables estudiadas en cada noticia, se reflejarán más adelante en cuadros estadísticos que establezcan los resultados de nuestro estudio.

**e. Observación de campo**

Tanto las encuestas como las entrevistas nos permitieron reforzar el trabajo de campo en cada uno de los medios de comunicación. Cuando pautamos las citas, aprovechamos para observar la forma de trabajar en los departamentos web de cada medio de comunicación. A excepción de diario El Universo donde se nos limitó

la realización de encuestas y la observación directa de la forma de trabajar. Es por esta razón que en esta empresa solo concretamos 5 encuestas y la observación de campo solo se permitió de forma lejana. Es decir, solo tuvimos una visión general de la redacción sin pasar tiempo con los periodistas del departamento digital.

La justificación que nos refirieron para limitar nuestra investigación fue que era política de la empresa. El medio impide a sus reporteros que respondan encuestas y establece que el conocimiento del manejo interno del diario es solo para uso de los trabajadores.

En el caso de diario El Comercio y Teleamazonas, la administración de las páginas web se realizan desde Quito. Teniendo en cuenta que nuestro análisis se centra en Guayaquil, no visitamos las instalaciones. Sin embargo, pudimos obtener algunas características.

En Teleamazonas, pese a que la web se organiza desde la capital, son los reporteros quienes proporcionan y suben información al sitio. Es decir, en este medio de comunicación no existe un departamento creado exclusivamente para manejar las redes sociales, por ende no hay personal específico que filtre la información. De ahí que los reporteros a través de sus celulares otorgados por la empresa suben información o retweetean a su criterio.

En diario El Comercio sí existe un departamento digital, en el que cada uno de sus ocho miembros revisa la información antes de subirla al sitio web. El manual de estilo del diario, también es utilizado por quienes trabajan en las redes sociales. Esta información fue obtenida por medio de entrevistas pues no visitamos las instalaciones.

A pesar de estas limitantes, consideramos que las herramientas seleccionadas nos permitieron establecer cómo los reporteros utilizan los datos publicados en las redes sociales Twitter y Facebook para generar y transmitir información. Además, pudimos definir bajo qué parámetros los medios de comunicación seleccionan la información para publicarla en las redes sociales citadas.

## Capítulo 1: Redes Sociales

### 1.1 Definiciones y características de las redes sociales Twitter y Facebook.

#### a) Twitter

La comunicación ha dejado de ser un acto para convertirse en un actor principal de la cotidianidad. Durante nuestra vida nos comunicamos en todo momento.

Las redes sociales se han convertido en el “diario” de lo que hace la gente y de lo que pasa día a día, sin embargo, no es importante solamente lo que se comparte con los amigos a través de estas redes sociales sino quién lo comparte.

La misma red social se caracteriza en su sitio web como: “Twitter es una red de información de tiempo real que permite conectarte a lo que encuentras interesante... la clave de Twitter son pequeños pedazos de información llamados Tweets.”<sup>13</sup>

En un espacio determinado las personas colocan sus comentarios y opiniones de diversos temas, e incluso links que complementan la información que suben al Twitter a través de enlaces cortos de internet.

“Cada Tweet tiene 140 caracteres de longitud, conectado a cada Tweet hay un panel de detalles enriquecido que proporciona información adicional, mayor contexto y contenido multimedia.”<sup>14</sup>

Precisamente, esos pequeños escritos son los que se muestran en la página principal del usuario. Este puede suscribirse a lo que publican otros usuarios, lo que se conoce como seguir. A esos suscriptores, a su vez, se los conoce como seguidores. Los mensajes que se publican son públicos, ya que su red de seguidores pueden observar qué está haciendo/diciendo/escribiendo. De igual forma pueden agrupar los mensajes sobre un mismo tema mediante el uso de hashtags, es decir palabras o frases que al inicio tienen el signo numeral (#).

Esas frases pueden generar, según la cantidad de información con que se alimenten, un Trending Topic o TT. Ecuador tuvo su primer TT a través del hashtag #30S que hacía referencia a los hechos del 30 de Septiembre de 2010.

---

<sup>13</sup> Recuperado de <http://twitter.com/about>

<sup>14</sup> Recuperado de <http://twitter.com/about>

El signo de arroba (@) permite contestar y nombrar a los usuarios que son sus seguidores e incluso alguna marca que los usuarios sigan en esta red. Para colocar un mensaje de otro usuario, y compartirlo con los propios seguidores, la función de retweet se marca con un "RT" al inicio del mensaje.

El límite de 140 caracteres también ha llevado a reducir las direcciones web o material multimedia que se colocan en los mensajes para añadir información adicional a lo que se coloca en el mensaje, para ello Twitter proporcionó diversas páginas que las reduzcan y en julio decidió que la red pueda acortar automáticamente las direcciones web.

Biz Stone, fundador de Twitter, destaca que lo más importante de esta red social es que conecta a las personas, pero resalta que no la llamaría necesariamente una red social. "Es una red de información que pone en contacto a la gente con lo que más les interesa".

La mayoría de navegantes en Twitter tienen de 26 a 34. El género femenino es el que más usa la red, mientras que en Facebook tiene de 18 a 25 años.<sup>15</sup>

## **b) Facebook**

En un espacio no mayor a 420 caracteres la gente puede decir lo que está pensando y opinar sobre diversos temas en cualquier parte del mundo, seguir y observar lo que hacen las celebridades, pueden destacar las marcas que prefieren e incluso los medios de comunicación se promocionan y así obtienen más seguidores.

Esta página web tiene dos pestañas para visualizar los datos: "Más reciente" y "Titulares". La primera, permite observar las actualizaciones de último minuto y la otra las actualizaciones más antiguas.

Otra de las aplicaciones de este sitio es la de pregunta, ya que permite hacer encuestas en línea. La pregunta que realice el usuario aparece en su página y, las respuestas se muestran en el muro de cada una de las personas que contestaron. De esta manera se difunde la pregunta, con lo cual se generan más reacciones.

---

<sup>15</sup> Espinoza G. (2011, 25 de Febrero) Armas de revolución. Recuperado de [www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/quayaquil/quayaquil/armas-de-revolucion/](http://www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/quayaquil/quayaquil/armas-de-revolucion/)

Si el usuario autoriza que sus seguidores agreguen opciones de respuestas, el nivel de interacción será aún mayor. Sin embargo, se corre el riesgo de que se agreguen respuestas groseras y fuera del tema, es por ello, que el usuario deberá monitorear la encuesta constantemente. Con esto se puede obtener el número de votos, impresiones, reacciones y comentarios de los “amigos”.

De acuerdo a la guía para periodistas sobre el uso de esta red social publicada en la página oficial de “Clases de Periodismo”, Facebook alberga más de 100 millones de fotos diarias,<sup>16</sup> incluso es uno de los sitios donde los usuarios comparten más imágenes. De este modo, la red es una plataforma útil para los fotoperiodistas y videoreporteros.

Estas características presentadas son una muestra de que las redes sociales pueden ser utilizadas de diferentes formas. Los profesionales del periodismo pueden presentar diversos tipos de contenidos a sus lectores actualizando constantemente sus estados con información, videos, notas e incluso fotografías. Un ejemplo de este tipo de periodistas es el columnista del New York Time Nicolas Kristof, cuando se encontraba cubriendo los disturbios en Egipto. Él no solo utilizó Facebook y Twitter para informar y recoger dudas sobre lo que ocurría en Egipto, sino que con la ayuda de un camarógrafo, sus textos, montados en Facebook a través de la opción “Notas”, estaban acompañados de videos en los que recogía las opiniones de los seguidores del presidente egipcio Hosni Mubarak.

Como hemos visto ambas redes sociales tienen una amplia gama de herramientas que pueden ser aprovechadas por los profesionales del periodismo al momento de desarrollar su trabajo, pero ¿qué distingue a la una de la otra?

Un artículo de Expreso señala la diferencia entre estas redes sociales y su utilidad para los usuarios: “Facebook tiene una utilidad netamente social, mientras que Twitter fundada en 2006...sirve más como medio informativo”.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/05/15/guia-para-periodistas-sobre-el-uso-de-paginas-de-facebook/>

<sup>17</sup> (2010, 19 de Noviembre) Twitter el nuevo medio de comunicación y publicidad. Recuperado de <http://www.ojointernet.comwww.expreso.ec/ediciones/2010/11/19/guayaquil/guayaquil/twitter-el-nuevo-medio-de-comunicacion-y-publicidad/>

Para Guillermo Lizarzaburu, editor de diario Expreso a la fecha de nuestro estudio, el Facebook es más personal, mientras que el Twitter es una herramienta que facilita el acceso a otro tipo de información, sin embargo resalta que el comunicador no sólo debe quedarse con lo recopilado en la red sino que debe contrastarlo. “Es verdad que si como periodista sigo a la Ministra Nataly Cely, voy a estar enterado de lo que ella publica sobre lo que realiza en el Ministerio, sin embargo la esencia del periodista es contrastar esa información.”

## **1.2 Breve historia de Twitter y Facebook.**

Twitter fue creado en marzo de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams y Biz Stone como un proyecto de investigación que luego se convirtió en una aplicación web que serviría para enviar mensajes de texto a través de celulares como smarthphones u otros dispositivos como Ipad's.

El 4 de noviembre de 2009 apareció la versión de Twitter en español. El 8 de octubre de 2009 el microblogging publicó una aplicación para traducirlo en español, francés, italiano y alemán.<sup>18</sup>

Esta red social tiene 5 años de funcionamiento y ha sido valorada en miles de millones de dólares. En febrero, con motivo de su aniversario, la empresa reveló que en ese mes hubo un promedio de 460.000 nuevas cuentas por día en la red. “Con esta cifra hicieron proyecciones y calcularon que a mediados de abril Twitter tendría por lo menos unos 235 millones de usuarios en el mundo”.<sup>19</sup>

El sitio web Ecualink, a partir de un registro de la direcciones IP de los tweets publicados durante 3 meses, estableció que había 46 millones de cuentas desde Latinoamérica en Twitter, de las cuales 21,1 se consideran cuentas activas. Este mismo sitio señala que estima que en Latinoamérica hay cerca de 55 millones de cuentas de Twitter, y los países que encabezan el ranking son Brasil, México, Venezuela, Chile, Argentina y Colombia.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

<sup>19</sup> Recuperado de <http://initiativedigital.wordpress.com/2011/04/16/por-fin-luces-sobre-numero-de-usuarios-de-twitter-en-latinoamerica/>

<sup>20</sup> Recuperado de <http://initiativedigital.wordpress.com/2011/04/16/por-fin-luces-sobre-numero-de-usuarios-de-twitter-en-latinoamerica/>

En Ecuador, según Incom, firma especializada en estudios de marketing en Internet, Twitter contaba en el 2009 con cerca de 3 000 usuarios que habían indicado a Ecuador como localización.

Esta misma empresa en el 2011 reveló nuevas cifras. “Los artistas y personajes de farándula del país son parte de un grupo de casi 140.000 ciudadanos que han colocado a Ecuador como lugar de procedencia en sus cuentas.”<sup>21</sup>

Sin embargo, Ecualink resalta que el número de usuarios en nuestro territorio es de 249.861, esto en base a un estudio realizado a nivel de usuarios en Latinoamérica.<sup>22</sup>

En diciembre del 2010 Ecualink, señaló que la ciudad de Guayaquil se ubicó en el puesto número 13 dentro del ranking de ciudades que más tweetean en el día.<sup>23</sup>

Otra red social con gran importancia en nuestro país es Facebook. Esta red fue creada en una residencia de Harvard en el 2004 por el estudiante Mark Zuckerberg. Facebook pasó de ser un directorio online para estudiantes universitarios para convertirse en la red social número uno del mundo, seguido por YouTube y MySpace.<sup>24</sup>

En lo que transcurre del año 2011 tiene más de 600 millones de seguidores a nivel mundial. Según esta red social, en Ecuador los usuarios suscritos a Facebook son más de tres millones.<sup>25</sup>

### **1.3 Las redes sociales entendidas por los periodistas.**

Hoy en día una página de Facebook o una cuenta en Twitter son esenciales para cualquier periódico y televisora que quiere conectarse con la audiencia a través de su smartphone y generar tráfico web.

---

<sup>21</sup> Flores C. (2011, 3 de abril) La loca carrera de los famosos en Twitter. Revista Semana <http://www.diario-expreso.com/semana/html/notas.asp?codigo=20110403183458>

<sup>22</sup> Recuperado de <http://initiativedigital.wordpress.com/2011/04/16/por-fin-luces-sobre-numero-de-usuarios-de-twitter-en-latinoamerica/>

<sup>23</sup> Ecualink, Recuperado de <http://www.ecualinkblog.com/2010/12/40-millones-de-latinos-en-twitter.html>

<sup>24</sup> Pisani F. (2010, 18 de Septiembre) Facebook Fatiga. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/07/18/1/1431/facebook-fatiga.html>

<sup>25</sup> Recuperado de <http://www.checkfacebook.com/>

En el texto “La web 2.0 y los medios de comunicación en Ecuador”, José Rivera, jefe del área de contenidos digitales y multimedia de CIESPAL, destaca que el “revolucionario mundo digital” no debe ser considerado como una amenaza para los medios de comunicación y sus periodistas; sino que debe verse como una nueva oportunidad sobre la cual se puede trabajar para fortalecer su presencia como mediadores entre la información y la sociedad. “Los comunicadores de hoy son los llamados a asumir la nueva complejidad de la transformación de los medios, gestionar el conocimiento y responder de forma efectiva a ese público que espera obtener más información por varios canales como las redes sociales.”<sup>26</sup>

Este mismo pensamiento es compartido por Pablo Escandón, editor de revista Chasqui, para él, el reto está en que los periodistas sepan adaptarse y adaptar bien los mensajes de acuerdo a las herramientas tecnológicas. “El reto está en que los comunicadores generen narrativas acordes a las herramientas en las que se leerán/verán/escucharán sus producciones/textos/sonoridades y permitan que sus comunidades sean parte del proceso de creación y no que simplemente sean replicadores de un producto finalizado.”<sup>27</sup>

Pablo Escandón resalta que nos encontramos en una cultura de “reply”, es decir que se replica la información que los medios nos proporcionan a través de sus redes sociales; este autor critica este hecho y señala que los medios deben crear espacios de cognición, ya que en este mundo globalizado las herramientas están cada vez más cerca de la profesión.

La opinión es parcialmente compartida por Ramón Salaverría, director del departamento de Proyectos Periodísticos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra en España, quien manifiesta que los periodistas deben reconocer que las redes sociales se han convertido en los últimos años en una relevante fuente potencial de información. También destaca en una entrevista a

---

<sup>26</sup> Rivera José, La web 2.0 y los medios de comunicación en Ecuador. Recuperado de <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/223-web-20-y-medios-.html>

<sup>27</sup> Escandón Pablo, Ecuador, comunicación e información: el juego de las pantallas, entre lo estacionario y lo móvil, entre herramientas y cognición. Recuperado de <http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/produccionacademica/escandn%20santiago%20de%20compostela.pdf>

Clases de Periodismo, que las redes sociales son plataformas en las que millones de personas intercambian constantemente contenidos en múltiples formatos y, además, muchas de esas comunicaciones interpersonales están relacionadas con noticias de actualidad. Por último, afirma que si un periodista descarta esta fuente no estaría desempeñando bien su trabajo. “Un buen periodista está obligado a prestar atención a las redes sociales básicamente en dos sentidos: para seguir el rastro de los temas que suscitan interés y para, llegado el caso, obtener materiales informativos susceptibles de ser publicados en medios periodísticos.”<sup>28</sup>

Hasta ahora se ha hablado de la importancia de implementar las redes sociales en el trabajo del periodista, pero de qué forma pueden integrarlas a su labor diaria.

Vadim Lavrusik, director del Programa de Periodismo de Facebook, indicó algunos factores claves para administrar una página de Facebook de manera profesional: “Para el nexo entre los periodistas y la red social, el público puede tener una experiencia de consumo de noticias más rica si consigue la información directamente desde los periodistas.”<sup>29</sup>

Por lo general, las páginas de los medios de comunicación no se vinculan con los datos que los periodistas coloquen en las cuentas personales que mantienen en estas redes sociales. En el caso de los medios en análisis, la información de Expreso y Ecuavisa es por lo general solo el titular con el vínculo de la noticia o promocionales que las personas que los siguen comentan. Sin embargo, ocurre de forma diferente en las páginas de los profesionales de la comunicación que laboran en estas empresas.

Algunos periodistas como Ruth del Salto, Gustavo Espinoza, Gretta Córdova, entre otros, ya tienen sus perfiles personales en Facebook. Esta página que es abierta a todo tipo de público, les permite construir una presencia profesional, ya que si publican los artículos o videos que realizan en sus páginas sus amigos, amigos de sus amigos y no amigos pueden observar su trabajo.

---

<sup>28</sup> Vargas Esther, Clases de Periodismo, Los periodistas no pueden dar la espalda a las redes sociales. Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2010/01/22/los-periodistas-no-pueden-dar-la-espalda-a-las-redes-sociales/>

<sup>29</sup> Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/05/15/guia-para-periodistas-sobre-el-uso-de-paginas-de-facebook/>

Lisette Condo, periodista de diario Expreso, indica en su perfil que trabaja para el medio y de hecho en esta página coloca los links de las noticias que realiza para el periódico e incluso ha creado un perfil adicional con su mismo nombre en el que únicamente sube los links de sus reportajes. Ella comenta que el principal motivo por el que utiliza el Facebook de esta forma es para obtener más lectores. “Mis hermanas viven en Estados Unidos, tengo amigos allá, es más fácil si coloco en mi cuenta los links de las noticias que elaboro para que ellos los lean y comenten, incluso otros amigos de ellos las leen, así tengo un feedback quizás un poco más directo del trabajo que hago además de que informo sobre lo que pasa en el país y ellos que están lejos se enteran y agradecen por los datos proporcionados.”

Para la periodista Diana León, redactora de diario El Universo, el Twitter es una herramienta muy útil para el periodista ya que puede obtener información adicional de otros colegas y páginas de otros diarios a los que sigue. “Por ejemplo, puedes seguir a la BBC, CNN y todas estas cadenas van alimentando día a día con información que quizás sólo hasta la noche podré ver en las noticias, pero que debido a que tengo una cuenta en Twitter y sigo a estas páginas puedo enterarme de manera inmediata.”

Los diversos diarios del país e incluso las cadenas internacionales señalan a las redes sociales como herramientas importantes en el mundo de hoy.

“El punto clave en estas revoluciones presentadas en Túnez y Egipto han sido los foros y grupos de discusión creados en Facebook y Twitter. Estos medios han servido para propiciar la movilización y la participación ciudadana, lo que automáticamente los pone en contra de cualquier Estado opresor.”<sup>30</sup>

La cadena de televisión CNN recoge en su página web un artículo que destaca la importancia de la internet al momento de formar una revolución.

---

<sup>30</sup> Espinoza G. (2011, 25 de Febrero) Armas de revolución. Recuperado de [www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/guayaquil/guayaquil/armas-de-revolucion/](http://www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/guayaquil/guayaquil/armas-de-revolucion/)

“Internet promueve la democracia, como se ha demostrado con las protestas en Medio Oriente y el norte de África, y reorganiza a la gente de formas nuevas, veloces, y siempre impactantes.”<sup>31</sup>

El blogger guayaquileño Eduardo Arcos, creador del blog Hipertextual, destaca la utilidad de las redes sociales en los fenómenos políticos.

“Viendo el mapa de los países árabes con protestas, revoluciones y cambios de gobierno es claro que hay un efecto informativo que está impactando en muy poco tiempo a un número inmenso de personas que sería imposible alcanzarse usando medios tradicionales. Un canal de TV es controlable, censurable y tiene alcance, generalmente nacional. La internet no tiene fronteras.”<sup>32</sup>

Dentro de este tema de participación ciudadana a través de plantones y protestas, en la ciudad de Guayaquil luego del asesinato al hijo del periodista Rómulo Barcos, los usuarios en la red además de condenar este hecho con sus opiniones, se autoconvocaron en este mismo medio para realizar un marcha en contra de la inseguridad.

“Usuarios de Twitter y Facebook coincidieron en autoconvocarse a un plantón cívico para mañana, a las 15:00, en la Plaza de la Administración (entre el Municipio y la Gobernación) para protestar contra el grave nivel de inseguridad que se vive en la ciudad y el país.”<sup>33</sup>

Algunos periodistas confirmaron esta convocatoria en sus cuentas de redes sociales, tal es el caso de Carlos Jijón, ex director de noticias de Teleamazonas que publicó en un tweet la fecha y hora de la movilización.

---

<sup>31</sup> Sutter J. (2011, 24 de febrero) Internet también podría ser una herramienta útil para los dictadores. Recuperado de <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/02/24/internet-tambien-podria-ser-una-herramienta-util-para-los-dictadores>

<sup>32</sup> Arcos E. (2011) Facebook, esa nueva arma que los dictadores no saben usar. Recuperado de <http://alt1040.com/2011/02/facebook-esa-nueva-arma-que-los-dictadores-no-saben-usar>

<sup>33</sup> (2010, 22 de Noviembre) 'Bruno era todo para Rómulo y para él, su padre era su ídolo'. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/11/22/1/1422/bruno-era-todo-romulo-el-padre-era-idolo.html>

Otra periodista, Nataly Toledo, reportera de Teleamazonas, en cambio agregó información sobre el número de víctimas por la delincuencia en la provincia.

“Con la muerte del pequeño Bruno, hijo del periodista Rómulo Barcos, serían 3 las víctimas de la inseguridad en menos de 12 horas solo en Guayas.”<sup>34</sup>

Además de utilizar las redes con motivo de movilizaciones sociales, los usuarios las usan para apoyar o rechazar algunos temas de coyuntura y son los medios quienes han seguido de cerca el tráfico en la web.

“En Ecuador, en cambio se han convocado marchas en contra de la delincuencia, a favor de la Cervecería Nacional, entre otras, en su mayoría pasivas y a través de usuarios de redes.”<sup>35</sup>

Los twitteros incluso han acudido a los medios a través de sus cuentas para denunciar malos servicios que brindan ciertas empresas. Así lo demuestra el artículo publicado por diario El Universo titulado “Usuarios de operadora se quejan por conexión”.

“Guillermo Vincés, un usuario de Porta, aseguró en Twitter que ‘la señal se me va a cada rato del día, y por las noches es más, me bloquea totalmente el servicio de internet’.”<sup>36</sup>

De esta forma los medios recogen la información de sus usuarios a través de sus cuentas oficiales, a su vez los usuarios llegan a los medios con la finalidad de poder ser “leídos” por cientos de personas y en este caso por la empresa que les brinda un mal servicio.

Eduardo Arcos, compara el alcance que tienen estas redes en la actualidad y resalta la utilidad de éstas. “Es la mejor manera de comunicar ideas y mensajes con alcance masivo e instantáneo. Hace tan solo diez años no había forma alguna de llegar a muchas personas a menos que te pongas frente a la TV o hables en una estación de

---

<sup>34</sup> (2010, 22 de Noviembre) ‘Bruno era todo para Rómulo y para él, su padre era su ídolo’. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/11/22/1/1422/bruno-era-todo-romulo-el-padre-era-idolo.html>

<sup>35</sup> Espinoza G. (2011, 25 de Febrero) Armas de revolución. Recuperado de [www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/quayaquil/quayaquil/armas-de-revolucion/](http://www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/quayaquil/quayaquil/armas-de-revolucion/)

<sup>36</sup> (2011, 18 de Febrero) Usuarios de operadora se quejan por conexión. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/02/18/1/1356/usuarios-operadora-quejan-conexion.html>

radio. Hoy las herramientas de comunicación masiva están en una página de Facebook, en una cuenta de Twitter con millones de seguidores o un blog.”<sup>37</sup>

Estas citas demuestran que la utilización de Twitter, en el periodismo, puede servir como herramienta dado que geográficamente no importa dónde se encuentre el usuario/fuente ya que los informantes pueden ser cultivados en todo el mundo gracias a la red.

De esta forma las redes sociales permiten crear información y generar noticias de forma inmediata a un sin número de usuarios, sin embargo, no todo puede convertirse en noticia. Cuando el periodista depura esos datos está realizando uno de sus principales roles: el de comprobar y contrastar los hechos que recoge en su recorrido por los medios digitales.

Los periodistas se ven obligados a analizar las noticias en lugar de sólo publicar lo que dicen las redes sociales.

El 13 de junio de 2011, el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) organizó un debate en el que periodistas de distintos medios analizaron el uso de las redes sociales en la profesión.

Durante el encuentro, uno de los panelistas Maximiliano Quinteros del diario digital de Mendoza (MDZ) destacó la importancia de que los periodistas sepan escribir bien: “Hay que saber narrar para que Twitter sirva, no importa si se tiene el mejor smartphone, tenés que saber cómo contarlo”.<sup>38</sup>

Francisco Poveda editor del departamento digital de diario Expreso le suma a esta aseveración el hecho de la necesidad de la convergencia para llegar con mayor eficacia a los lectores. “En la actualidad tiene éxito el medio de comunicación que es multiplataforma, me refiero a que tienes el diario impreso para tu público en la calle, tienes la página web para el público que navega en internet, tienes cuenta en las redes sociales para aquellos que les gusta estar metidos en Facebook y Twitter.”

---

<sup>37</sup> Arcos E. (2011) Facebook, esa nueva arma que los dictadores no saben usar. Recuperado de <http://alt1040.com/2011/02/facebook-esa-nueva-arma-que-los-dictadores-no-saben-usar>

<sup>38</sup>(2011, 14 de Junio) Periodistas debatieron sobre el uso de las redes sociales en los medios. Recuperado de <http://www.diariouno.com.ar/mendoza/Periodistas-debatieron-sobre-el-uso-de-las-redes-sociales-en-los-medios-20110614-0055.html>

En este sentido los profesionales de la comunicación, deben estar al tanto de lo que la tecnología propone, sin olvidar las reglas esenciales del trabajo periodístico.

## Capítulo 2: Los medios y su etapa de convergencia

La inédita revolución digital cuestiona a los medios de comunicación sobre su propia definición, redefiniendo su papel en términos completamente nuevos, colocándolos en una “*sociedad de la información*” que aún no se puede delimitar.

La relación entre los medios y la sociedad de la información plantea efectivamente un desafío aparentemente paradójico. Por un lado, los medios de comunicación de masa -prensa, radio, televisión- viven un proceso de integración horizontal y vertical de sonido, audio e imagen y por otro lado, la internet y el soporte digital en general individualizan y democratizan el acceso a la comunicación y a la interacción, permitiendo el desarrollo inédito de nuevos medios alternativos o cooperativos que afectan al mismo tiempo a los medios masivos tradicionales.

Para estudiosos del entorno, como Nora Paul, profesora del The Poynter Institute for Media Studies<sup>39</sup>, experta investigadora en nuevos medios y procesos de integración de las salas de redacción, el periodismo corre el peligro de perder su identidad. Sin olvidar que asistimos a un nuevo modelo de comunicación y de información en donde la palabra periodismo, quizás deje de tener el peso específico que le ha caracterizado como entorno de cuarto poder. Y sobre esto, ya opinan los directores de los principales diarios del mundo como *Arthur Suzlberger Jr.*, editor de *The New York Times*: “...el periódico se encuentra en un proceso de cambio que terminará cuando el Times deje de editarse en papel” ; o Juan Luis Cebrián, Consejero delegado del grupo Prisa, editora del diario El País: “...tan importante se ha convertido la blogósfera en la vida social de las personas que la RAE, probablemente incluya en breve el término blog en la próxima edición del diccionario”<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Recuperado de <http://www.poynter.org/uncategorized/2153/integrating-old-and-new-media-newsrooms>

<sup>40</sup> Artículo de Juan Luis Cebrián, “*Investigación y Análisis de Internet en el Periodismo y los Medios SP*”. Recuperado de [http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/vida/blog/elpeputec/20071105elpeputec\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/vida/blog/elpeputec/20071105elpeputec_1/Tes)

Nuestros medios en análisis Ecuavisa, Teleamazonas, diarios Expreso, El Universo y El Comercio están inmersos en el mundo de la comunicación que no solo está atravesando una época de cambios, sino un cambio de época o edad. Internet afecta y cambia la relación entre sociedad e información e impacta de lleno en el periodismo. Cambia forma y contenidos y el modo de acceso a estos, por lo que medios y profesionales son los más afectados por dichos cambios.

Una primera cuestión consiste en superar las barreras tecnológicas en su uso y concepto, principalmente éste último, ya que muchos medios están impregnándose de una cibercultura en sus redacciones. Una empresa como Teleamazonas se ha visto en la necesidad de pedir a los periodistas que, además de periodistas, sean “digitales”. Eso significa que los profesionales deben entrar en una dinámica de aprender a aprender. Es decir, su labor ya no se limita a hacer reportería en la calle o con fuentes documentales y personales; sino también con dispositivos móviles y fuentes digitales.

El canal dio a cada uno de sus reporteros un teléfono inteligente con acceso a internet para que pasen la información en el momento a través de la red social Twitter. La disposición es que cada cobertura ya no solo se transmita a través de las cámaras, sino que al instante se conozcan los hechos de forma sintetizada en la cuenta del canal. Son los propios reporteros los encargados de redactar esos 140 caracteres en la cuenta @teleamazonasec

En cambio en Ecuavisa se está armando un manual de estilo para escribir en redes sociales (twitter y facebook) pues asegura Emilio Carrión “en un medio de comunicación no se puede escribir como que si estuvieras mandando un mensaje sms”. El proyecto que está en marcha busca establecer entre otras cosas cómo escribir y qué códigos se van a manejar.

Mientras que en El Universo, Fernando Astudillo, coordinador del departamento de “Nuevos Medios o Internet”, debió dictar un curso, que duró todo un día de trabajo, para que los redactores de La Revista conozcan cómo aplicar herramientas web para investigaciones periodísticas. Entre ellas las dos redes sociales de nuestro estudio: Facebook y Twitter.

De dicho curso la periodista Diana León obtuvo como resultado conocer que como fuente “las redes sociales son el primer lugar donde te puedes enterar de lo que acontece a nivel mundial, sobre todo, con Twitter. Es como tener miles de corresponsales alrededor del mundo. Testigos de hechos que informan al momento de lo que ocurre y, por supuesto, esto da la pauta para investigar a fondo e investigar el hecho”.

En el caso de Expreso, su editor digital Francisco Poveda, se capacitó efectuando un Diplomado en la Universidad Técnica Particular de Loja. Para él los estudios incluso lo ayudaron a salir del encasillamiento de “periodista tradicional” que, según sus términos, es aquel que sale a la calle para realizar su cobertura y posteriormente pasar a la sala de redacción a escribir a determinada hora, “porque a las seis tenía que estar el trabajo”.

La educación que recibió le permitió adecuarse al periodismo digital. Es ahí donde se puso al tanto de las redes sociales, cómo dominarlas y manejarlas para su posterior aplicación en el cargo que ocupa.

Así nace una convergencia de doble vía (papel/web - web/papel) y uno de sus pilares es la capacitación de los periodistas para crear una base de conocimiento común en la Redacción. Esta característica es vital en la época actual de acuerdo con Franco Piccato coordinador de proyectos digitales La voz del interior Córdoba Argentina: “La convergencia ayuda a mejorar las eficiencias, planificar más, no duplicar el trabajo y como resultado final una mayor calidad del contenido”.<sup>41</sup>

La incursión de los medios sociales basados, principalmente, en las redes sociales representados por Facebook, y Twitter en el desarrollo del periodismo, supone una reconfiguración de los modelos informativos conocidos en el periodismo tradicional.

En este nuevo modelo de comunicación entran en juego otros desarrollos tecnológicos que encuentran su convergencia en estos nuevos medios. Tal es el caso de la telefonía móvil. “Los usuarios de las redes sociales no solo pueden recibir

---

<sup>41</sup> (2011, 15 de Febrero) “Contenidos, calidad y rentabilidad de medios digitales” Recuperado de: <http://www.adepa.org.ar/secciones/agenda/nota.php?id=594>

mensajes de sus contactos a través del móvil (vía SMS), si no que desde el móvil pueden también enviar una entrada o mensaje a toda su red”<sup>42</sup>.

Es entonces donde entra en dinámica el tipo de contenido que se emiten para que puedan ser consumidos a través de los diferentes dispositivos, es decir cómo deberían estructurarse los mensajes. ¿Debemos utilizar los mismos códigos de comunicación propios de los SMS? O, por el contrario ¿deberíamos crear nuevos modelos de mensajes informativos? Algunos medios de comunicación como Ecuavisa, vienen realizando pruebas, intentando averiguar cuál es el modelo a implementar. Pero no ocurre lo mismo con Teleamazonas que ha decidido recurrir a jóvenes expertos en materia tecnológica, pero que carecen del bagaje propio de los periodistas profesionales.

Gabriel Alomia, ingeniero en Sistemas del mencionado canal fue en un inicio el encargado de la página Web del medio, de la que hoy, nos explica, se encarga la empresa Fidel Eljuri. Sin embargo, la actual administradora de la página y quien labora directamente en el canal, María Fernanda Pazmiño, tampoco cuenta con formación periodística. Su título es Ingeniera en Medios.

A pesar de este caso específico no se ha dejado de hablar sobre la importancia de las redes sociales en la sociedad actual y cómo los periodistas deben ir respondiendo a esta necesidad. Claire Fry, periodista en el Reino Unido del Worcester News, declaraba en una reciente presentación en el Auditorio del Instituto de la Prensa de Sri Lanka (SLPI): *“Si los periódicos quieren ser relevantes en el contexto actual del Periodismo Ciudadano, deberían aprender a integrarse con las nuevas plataformas de medios de comunicación sociales como Facebook, Twitter y YouTube”*.

Los medios de comunicación y periodistas que llevan años trabajando en la forma tradicional del manejo de la información, deben tomar en cuenta el cambio motivado por la convergencia tecnológica de los medios que nos conduce a un solo soporte: la red.

---

<sup>42</sup> Recuperado de <http://www.madrimasd.org/blogs/culturadered/2009/01/13/111112>

Así, agrega Fry, el periodista multitarea se constituye como fórmula imprescindible en el nuevo panorama mediático, en el que se ha vuelto ineludible para la profesión el manejo de cámaras de vídeo y fotos, y el uso de las redes sociales para mejorar o añadir valor a la información. El manejo de estas herramientas es algo fundamental hoy en día para ampliar la eficacia y el alcance de las noticias.<sup>43</sup>

Y es que independientemente de la tecnología o plataforma utilizada, según un informe del Pew Internet and American Life Project (publicado en enero de 2009): “La participación de los adultos usuarios de Internet que tienen un perfil en un sitio de redes sociales en línea se ha cuadruplicado en los últimos cuatro años – a partir del ocho por ciento en 2005 a 35 por ciento ahora”.

En Ecuador los usuarios en Facebook llegan a los 3'460.880 –estadística obtenida de [www.checkfacebook.com](http://www.checkfacebook.com)- mientras que en Twitter el portal Ecualink contabilizó en el 2011 a 249.861 usuarios activos de nuestro país.

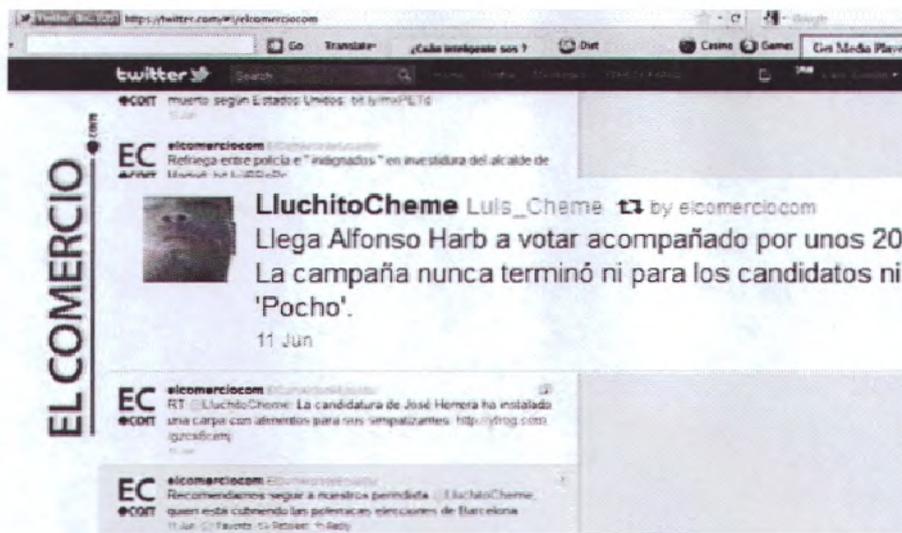
Pero más allá del número de usuarios de las redes sociales, estos nuevos medios de información y comunicación se están convirtiendo en un importante escaparate para el trabajo mismo de los periodistas digitales.

Según la encuesta de la George Washington University, 64% de los periodistas utiliza blogs para difundir su trabajo y un 60% usa las redes sociales como Facebook. A un 57% le gusta anunciar por Twitter sus nuevas producciones y sólo un 5% se promueve en foros online.

Dicha realidad no es lejana a nuestro país. Diario El Comercio re-twittea lo que sus reporteros publican en sus cuentas personales en Twitter con el afán de mantener informados de manera inmediata a sus seguidores.

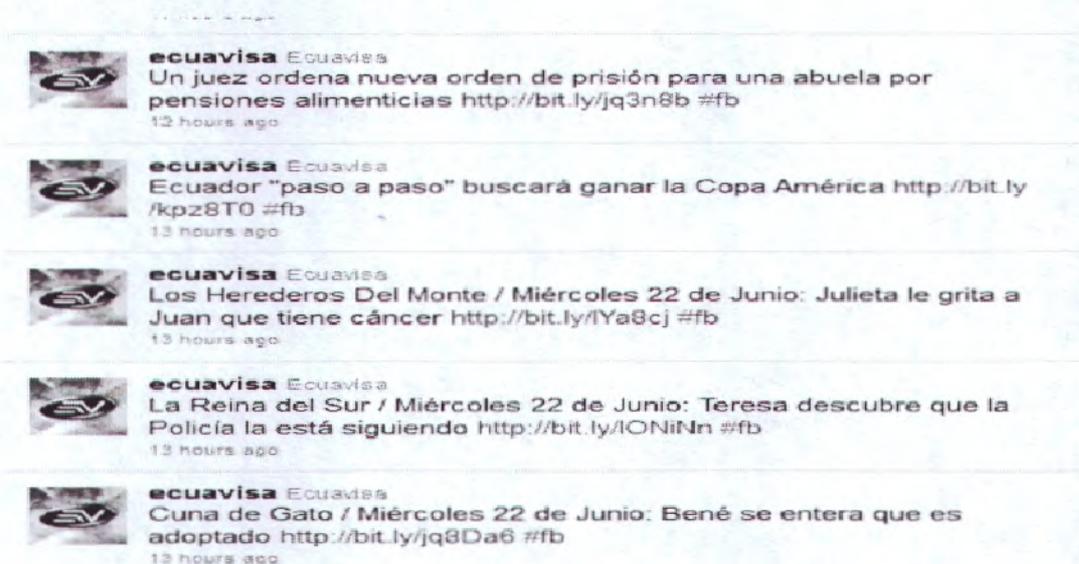
---

<sup>43</sup> Claire Fry, periodista en el Reino Unido del Worcester News Claire Fry, Art. Educación, periodismo y redes sociales, 08 de Marzo del 2011.



Sin embargo, para Paúl Mena no es necesario que el medio publique todas sus noticias en las redes sociales, sino aquellas que permitan entablar un diálogo con la audiencia e incluso que permitan construir ciertas noticias.

Cada medio tiene su estilo y decide qué publicar en sus redes sociales. Ecuavisa, por ejemplo, opta por utilizar sus redes sociales como plataformas para promocionar su programación.



Rosa María Falconí, editora del sitio web del diario El Universo asegura que todas las formas de comunicación del diario se rigen con la misma visión y misión que tiene la empresa. “Nosotros siempre estamos apegados al rigor y el mismo tratamiento que le damos a una noticia que se publique en el impreso, se lo da a la información que subimos a la web y redes sociales. Lo que cambia es el medio, pero nuestro negocio es la comunicación y eso tiene que manejarse de la misma manera”.

Por tanto, las empresas de medios, que quieran estar presentes en el mundo de las redes sociales, deben saber adaptarse a estos cambios con rapidez e incorporar dentro de sus estrategias publicitarias, los nuevos códigos de comunicación que emergen.

De hecho Jesús Flores en un extracto de la investigación del Proyecto Cybermedia del Plan Nacional en Madrid, menciona que: los directivos de medios deben asumir el “riesgo” de tomar decisiones que en estos tiempos de crisis se miran con lupa. Las decisiones han de ser Firmes, Audaces, Seguras y Rápidas (FASR). Muchos internautas, utilizan las redes sociales, en muchos casos, sin saber el verdadero concepto de la tecnología que usan. Pero cada vez descubren que pueden crear diferentes tipos de contenidos. Y los periodistas deben ser los primeros en conocer estos nuevos entornos que encierran *Twitter* y Facebook, aplicaciones con las que la nueva audiencia interactúa a diario.<sup>44</sup>

a. **Departamentos digitales de los medios analizados:**

**ECUAVISA**



[WWW.ECUAVISA.COM](http://WWW.ECUAVISA.COM) nace en 1997 como una página interinstitucional, transmitiendo a su público cibernético una visión integral de lo que era la empresa, de su desarrollo, historia, cultura, misión, etc.

En el 2007 casi después de una década Ecuavisa decide dar un giro a su web convirtiéndola en un sitio parecido a la mediateca, brindando así información del medio y de sus productos como: telenovelas, talentos de televisión, producción nacional y programación. La mediateca tuvo una duración de un año y fue en el 2008 cuando el medio decidió dar paso a lo informativo. Publicar información de actualidad, economía, política, deporte, noticias del país y producciones, cambiando así el nuevo horizonte de la web de Ecuavisa.

---

<sup>44</sup> Recuperado de: <http://www.madrimasd.org/blogs/culturadered/2009/01/13/111112>

Para Emilio Carrión director web y social media, Ecuavisa está dando sus primeros pasos en lo que tiene que ver con web, incluyendo su crecimiento en las redes sociales Facebook y Twitter.

Detrás de este escenario virtual, existe un equipo de redactores dedicado a cada área – noticias, actualidad, deporte, novelas y entretenimiento - un diseñador gráfico -además encargado de la edición de videos- y un director.

Si bien se trata de un equipo web pequeño no dejan de lado su presencia en redes sociales, por lo que Carrión explica que han diseñado un mecanismo que consiste en que todo lo que se publica en la web, automáticamente se publica en el twitter y luego la información pasa al facebook. Y especifica que esto se hace por medio de aplicaciones y conexiones internas de las redes, pero es una forma de optimizar recursos y tener presencia en los tres lugares al mismo tiempo.

La meta, asegura Carrión, es tener una persona encargada de la web y otra de las redes sociales, “esa es la meta y hacia eso vamos”.

En cuanto a la redacción que maneja ecuavisa.com, el director web menciona que es vital manejar un código ético pues cuando se navega en la web es fácil adueñarse de ideas y redacción de otros. “Por ello ecuavisa.com se rige por el código de ética de noticias de Ecuavisa, además del *digital* que tiene que ver con siempre citar las fuentes, no engañar y jamás promocionar algo que no es”. En el mundo digital hay ciertas convenciones de lo que no es ético y nosotros tratamos de estar siempre en lo ético, enfatiza Carrión.

La manera de trabajo de la web se basa en tres fases: el contacto con los periodistas del día a día, la búsqueda de información y la redacción de la misma con un estilo propio de comunicación en el que prima la síntesis y el relato directo del hecho a transmitir.

La diferencia base con los otros periodistas del canal está en que el equipo “reportea en la web lo que otros reportearían en la calle”. Es decir, se busca información en páginas de otros medios, webs oficiales, redes sociales y la confirmación de datos se efectúa a través de llamadas telefónicas, aunque también se pide la ayuda de los redactores del canal para poder colgar un contenido en las redes. “*Si bien no*

*salimos de Ecuavisa igual manejamos y buscamos información y reportamos a nivel de web". Palabras de Emilio Carrión.*

En este escenario el departamento digital se torna importante. "Si no estás en redes sociales como marca, entonces como empresa no existes, porque en redes sociales es donde pasa todo en la actualidad", añade Carrión.

La web es una plataforma que está en constante evolución, crecimiento y desarrollo donde todo confluye, porque todos los adelantos de la radio, tv y prensa van a la web se mezclan y potencian.

### **Sistema de redes sociales en Ecuavisa**

Ecuavisa, pese a ser uno de los medios de comunicación televisivos más reciente en el uso de las redes sociales, ha tenido una emergente aceptación. Pues su aparición en las redes el pasado 17 de diciembre 2009 twitter y facebook hasta el 10 de septiembre del 2011 se convirtió en el medio con mayor número de seguidores. En apenas dos años logró 114.324 *followers* (seguidores) en Twitter y 207.832 *usuarios* en Facebook.

Para el 2007 Ecuavisa contaba con una sola persona encargada del segmento noticias, ahora cuenta con un departamento integrado por cinco periodistas, un diseñador, un programador y un web master. Encargados además de mantener las cuentas (twitter, facebook y la página institucional) con información actualizada.

La redacción en las redes sociales de Ecuavisa se rige bajo el código de ética del canal. Afirmo Emilio Carrión director web y social media, solo se "retwittea" información confirmada de instituciones oficiales o de sus reporteros.

### **EL UNIVERSO**



El sitio web de El Universo comenzó en 1997 y en redes sociales aparece en twitter en el 2008 y en facebook en el 2009 convirtiéndose en el primer periódico en las redes sociales.

Este departamento se encuentra en medio de la redacción y están ahí de forma intencional: “Estamos en el medio de la sección porque todos estamos conectados como en una escuela donde se escucha todo. El espacio permite tener una interconexión porque todos estamos cerca y pendientes”, menciona la editora web Rosa María Falconí.

A esto se suma el criterio de Fernando Astudillo, coordinador de Nuevo Medios.

*“El internet está en el centro de la redacción porque entendemos que ese es el corazón del negocio (para llamarlo de alguna forma). El grupo de internet es el centro de El Universo y cada vez tratamos de entender que es el primer órgano que sale con la noticia. Ya no podemos esperar 24 horas para publicar información y las verdaderas primicias las tienen las redes sociales”.*

El Universo.com está conformado por alrededor de veinte personas entre personal técnico y reporteros. Esto porque la web se une al proceso de convergencia que implica entender que trabajan para buscar y publicar información en cualquier soporte, y no pensar “soy de la web o del impreso”.

“El proceso incluye entender que trabajamos para buscar y publicar información, no pensar soy de web o del impreso. Somos periodistas y los periodistas producimos contenidos. Tenemos que entender que somos un solo equipo y eliminar la dimensionalidad de que hay una forma para web y otra para el impreso. Lo que hay es una forma diferente de comunicar, pero con un mismo fin: informar con la marca de El Universo”, Fernando Astudillo coordinador del departamento de Nuevos Medios.

A pesar de estar inmersos en el citado proceso de convergencia eluniverso.com igual cuenta con personal específico para vigilar lo que se publica en su web y redes sociales, como para redactar directamente en ellas. En ese contexto el medio de comunicación cuenta con seis redactores y una editora, cada uno vigila una sección: política, economía, internacionales, deportes, seguridad y Guayaquil.

Para conseguir información hay gente de planta de eluniverso.com que reportean desde la internet y gente que tras salir a la calle en busca de hechos, que

usualmente solo publicaría en el periódico, ahora también puede trasladar su información a la página y las redes sociales.

La importancia de estas últimas –Facebook y Twitter- es la inmediatez, pues según explica el Coordinador de Nuevos Medios son estas las que cumplen con llevar la “primera velocidad del periodismo”.

En el periodismo, especifica Astudillo, hay 4 velocidades: 1. Redes sociales, al momento; 2. La web, que tiene la ampliación de la noticia, 3. El papel, el medio - como marca conocida-; 4. La investigación, el proceso importante.

En ese marco Twitter y Facebook, al estar ubicadas en la punta, a El Universo le sirven para transmitir de forma más inmediata los datos que obtienen.

Y a pesar de la relevancia de las redes para la difusión de los contenidos, lo cierto es que el crecimiento del departamento digital se ha convertido en un proceso lento, que sobrevivió a la falta de equipo y limitación de recursos.

*“Fue un proceso lento porque al inicio no sabes para dónde disparas y hay la falta de equipo y limitación de recursos. En todos los medios las redacciones web empiezan de una forma tibia porque aun no te quieren dar mayor apoyo porque la mayor inversión en este caso está en el impreso porque ese es el inicio de nuestro negocio por eso destinas muy poca gente a la web”, editora web, Rosa María Falconí.*

Pero las dificultades que tuvieron al surgir, aun se mantienen: “Es difícil de convencer a los dueños y es difícil cambiar el esquema y esto es un negocio y te tiene que rendir. Nadie lo tiene como un deporte, tenemos que de alguna manera justificar la inversión”.

### **Sistema de redes sociales en El Universo**

La página [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com) ha pasado por varias modificaciones desde su creación. En el año 2000 se mostró el primer pre-diseño y hasta la actualidad ha tenido diez cambios y modificaciones.

El 16 de agosto del 2007 crearon el twitter y en abril del 2009 los directivos de diario el Universo, tomaron la decisión de interactuar con sus lectores creando una cuenta en el Facebook. Dos meses después el rotativo tenía dos mil seguidores. Año y

medio más tarde 50 mil **fans** y hasta el 10 de septiembre del 2011, 87.260 personas de todo el mundo están conectadas con el diario.

La mayor parte de seguidores está en Ecuador, seguido de Estados Unidos, España e Italia. Según la página especializada Alexa.com en el 2010 Facebook era la segunda página más visitada en el Ecuador, liderando la lista Google.

A diferencia de Ecuavisa, diario El Universo no tiene límites al publicar información. Se propaga en la web todos los datos de interés general, local o crónica roja. Según Diana León, redactora de La Revista de diario El Universo se publica “Noticias, eventos, encuestas, preguntas. Todo puede ser lanzado en las redes sociales. Pero las noticias que tendrán más acogida y más comentarios serán las de mayor coyuntura social o aquellas que afecten más a los usuarios”.

En cuanto a los criterios para publicar una información en Facebook o Twitter, León aclara que “no se lanza una noticia completa, sino tan solo un extracto o introducción de la noticia junto con el enlace que lo llevará a la página web donde podrá encontrar mayores detalles del hecho e incluso fotografías”.

## EXPRESO



El departamento digital en diario Expreso tiene dos grandes funciones dentro de la empresa:

- 1) Encargarse de la actualización de la web del diario, promociones y publicidad
- 2) Mantener informada a la mesa de redacción sobre los hechos que acontecen en el país a través de un monitoreo que se entrega durante las mañanas y es sobre lo publicado en otros medios de comunicación. Solo en caso de que acontezca un hecho considerado “urgente” el departamento hace un nuevo monitoreo del mismo a lo largo del día y lo pasa a la sección pertinente.

Para su redacción [expreso.com](http://expreso.com) cuenta con tres fuentes:

1. Los periodistas de la redacción impresa.

2. Los canales de televisión u otros medios, y
3. Los twitteros, que son quienes, asegura Francisco Poveda son los que aportan e informan de algún hecho que ven o viven. Así dan una voz de alerta, pero que necesita ser confirmada.

Para Poveda el medio de comunicación es multiplataforma, “tienes el diario impreso para tu público en la calle, tiene la página web para el público que navega en internet, tienes cuentas en las redes sociales para aquellos a los que les gusta estar metidos en Facebook y Twitter.”

Los redactores de Expreso.com al igual que eluniverso.com son partícipes del diario impreso, Francisco Poveda, por ejemplo, asiste todos los días a la reunión de los editores de la mesa de redacción impresa para estar al tanto de la jornada que tendrá el diario impreso y “twitrear” la noticia o el titular de lo que será publicado horas después.

En las publicaciones en la web y redes sociales, especifica Poveda, existe una cabeza que es el editor, pero la idea es que las personas que forman parte del departamento digital estén preparadas para publicar independientemente.

Por ello justifica el no estar siempre pendiente de la página porque quienes lo están son los periodistas digitales. “En la mañana un redactor digital envía los titulares, al medio día es otro y en la noche otro y lo hacen bajo su criterio”. En el caso de existir alguna duda de importancia o noticia polémica, deberá ser consultada antes de su publicación.

### **Sistema de redes sociales en Expreso**

A finales de los años 90 diario Expreso creó su página [www.diario-expreso.com](http://www.diario-expreso.com). Desde 1998, diario-expreso.com inicia con tres colaboradores encargados de publicar de manera textual el diario impreso en su sitio web.

Se intentaba crear un servicio complementario, con mayor información y con identidad propia, claramente diferente al trabajo y publicaciones que se realizaba en el diario impreso.

El diario creó la cuenta en el facebook el 20 de marzo de 2009 y en Twitter el 24 Abril del mismo año.

Actualmente en el departamento web trabajan tres operadores encargados de subir a la web todas las publicaciones de Gráficos Nacionales, cuatro periodistas encargados de la actualización en las páginas, una editora digital que lidera el equipo. Un equipo de cinco miembros, encargados de monitorear lo que pasa en coberturas para actualizar sus notas.

Poveda también asegura que la relación entre el medio de comunicación con sus seguidores es muy íntima, muy estrecha, ellos se sienten muy bien. “Ellos opinan, se sienten protagonistas de las noticias, a veces informándonos de algo o sencillamente opinando o participando”. “No aceptamos malas palabras, no publicamos insultos. Esas groserías se eliminan. En ese caso tengo la potestad de decidir qué se publica y qué no” finaliza Poveda.

## **TELEAMAZONAS**



Teleamazonas, al igual que Ecuavisa, nace como una página interinstitucional, con la intención de crear una imagen de la empresa cuyo concepto interinstitucional señala que está presente para que “la competencia y la saturación de información que recibe el público no sean tan perjudiciales”.

De esta manera se ha mantenido y sus transformaciones han sido mínimas, pues el departamento digital como tal, no existe, ya que quienes están detrás de [www.teleamazonas.com](http://www.teleamazonas.com) son una Administradora de la Página Web, María Fernanda Pazmiño y un jefe de contenido, Julio Páez.

Pazmiño explica que la función de este equipo de trabajo es administrar la página web, ingresar contenido, dar mantenimiento y realizar update (ver la información del sistema y descargar las actualizaciones adecuadas) a la misma.

Teleamazonas.com trabaja en conjunto con sus periodistas, pues ellos publican o twitteen algo con copia a la cuenta de la empresa. Sin mayor complicación y sin una propia redacción web.

Sin embargo Pazmiño no descarta la necesidad de información inmediata que le exige su audiencia y asegura que “el incremento del uso de redes sociales es lo que nos lleva a tener al día a nuestros seguidores y visitantes, para que tengan a mano la información del momento”. De hecho, por esta razón Teleamazonas se registra oficialmente a la red social Twitter el 7 de Diciembre del 2009.

Teleamazonas.com emplea las redes sociales para la publicación de noticias generadas en noticieros, programas de opinión y farándula del canal. Si es necesario publican información del momento tomada de cadenas como CNN, NT24, CARACOL, etc. pues para Julio Páez el beneficio de las redes no es su fiabilidad, sino más bien la rapidez con la que fluye y difunden la información.

### **Sistema de redes sociales en Teleamazonas**

Teleamazonas a diferencia de nuestros medios en estudio, no maneja una infraestructura completa, pues no cuenta con un departamento digital para manejar información en las redes sociales. Teleamazonas.com cuenta con una administradora de Página Web, y un jefe de contenido, dejando la misión de informar y subir información a las redes sociales, a sus reporteros de noticias.

De ahí que cada reportero maneje un equipo móvil, para actualizar información en la web.

**EI COMERCIO**

**EL COMERCIO**  

---

**com**

La empresa titular de elcomercio.com es EDITORES ECUATORIANOS S.A., domiciliada en Madrid-28006 el día 23 de febrero de 2006. Su función es regular el acceso, navegación y uso de los sitios web bajo el dominio "elcomercio.com", así

como las responsabilidades derivadas de la utilización de sus contenidos (textos, gráficos, dibujos, diseños, códigos, software, fotografías, música, vídeos, sonidos, bases de datos, imágenes, expresiones e informaciones, así como cualquier otra creación protegida por las leyes nacionales y los tratados internacionales sobre propiedad intelectual e industrial).

El departamento digital de este medio se encuentra formado por ocho miembros entre: redactores, editor multimedia, coordinador, coordinador de diseño web, coordinador de video, diseño web. Encargados de aplicar los mecanismos establecidos para filtrar los comentarios y así evitar comentarios ofensivos, injurias o descalificaciones a quien escribe, en función de la Política sobre los comentarios en la web. En ningún caso se publicarán cartas o comentarios de quienes se presenten con seudónimos o no entreguen sus datos completos para registrarse como usuario.

Este equipo, al igual que los del área impresa, cuenta con un manual de estilo y con tres tipos de rectificaciones en caso de ser necesarias:

- a. Rectificación propia: Se publica en un espacio específico (Nuestros errores, en el caso de El Comercio) en cada uno de los productos.
- b. Precisiones y aclaraciones: Publicadas por propia iniciativa en las respectivas secciones.
- c. Rectificación solicitada por terceros: Es la que se publica a pedido de cualquier persona aludida en una nota periodística o que considera que no ha sido tomada en cuenta en la redacción de una nota, cuando se lo debía hacer. Se basa en el derecho constitucional a la rectificación, réplica o respuesta.

Para elcomercio.com es necesario establecer el diálogo directo y fluido. En los sitios web del Grupo, y redes sociales los lectores encontrarán blogs de los periodistas, comentarios en el instante, en los cuales ambos podrán dialogar más directa y fluidamente.

## **Sistema de redes sociales en El Comercio**

Diario el Comercio, al igual que los otros medios de comunicación, ha tenido grandes cambios para ir de la mano de la revolución digital. Inició con tres miembros y ahora son ocho de los cuales dos se dedican solo y exclusivamente a las redes sociales.

Para este equipo las reglas generales del medio son de cumplimiento obligatorio. Atenerse a estas disposiciones evitará publicar errores en sus productos. En cada nota deberá constar claras las circunstancias del tiempo en que ocurre la noticia, y antes de ser sometida a la revisión de los responsables de la Redacción, la página debe ser revisada y firmada por los responsables de área, incluido el director gráfico.

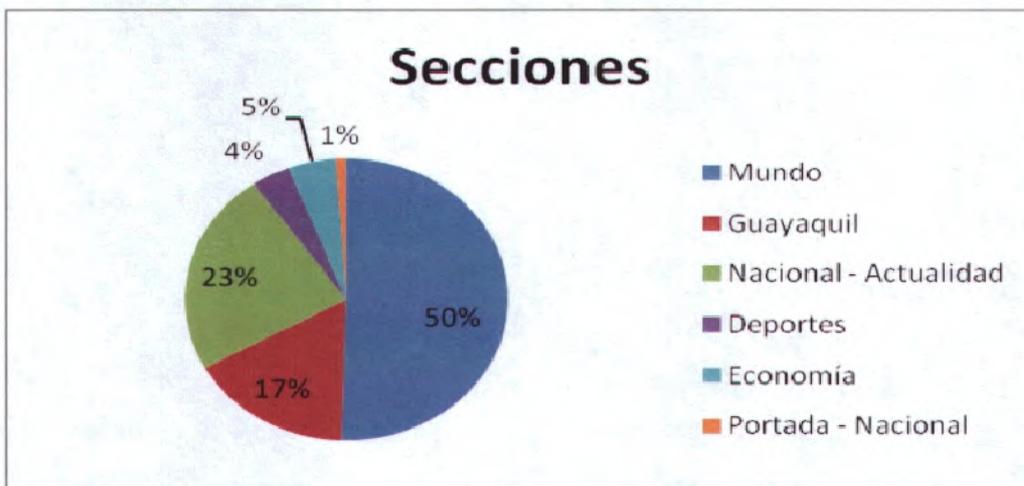
### Capítulo 3: Redes sociales en el desarrollo de las noticias

Durante el seguimiento de noticias a nuestros medios de investigación (Ecuavisa, Teleamazonas, El Comercio, El Universo y Expreso) pudimos determinar si las redes sociales son fuente principal y única para la elaboración de la noticia, si son de apoyo dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho, o sólo sirven de referencia para el reportero. A continuación detallaremos los resultados obtenidos luego de nuestro estudio.

#### Primera variable: Noticias que tienen como única fuente a las redes sociales para la elaboración de las noticias

En este punto analizamos todas las noticias que tengan como única fuente a las redes sociales (Twitter y Facebook) y que han sido publicadas sin antes haber sido confirmadas o comprobadas con otras fuentes o con otros medios de comunicación.

En diario Expreso, el 50% de 103 noticias observadas están relacionadas con lo internacional y la farándula, el 23% fueron de carácter político y actualidad, el 17% son noticias que están en la sección de Guayaquil.



En base al principio antes mencionado, diario Expreso registró el 17%. En su mayoría estas notas eran breves o incluso notas que ocupaban un cuarto de página dentro del medio impreso.



“@quehacer\_hoy la agenda para twitteros”, publicado el 24 de marzo de 2011 destacó solamente el número de seguidores de esta cuenta en Twitter y las actividades que se publican en esta cuenta, no se consideró el origen de ésta ni lo fiable que puede ser la fuente.



PORTADA | NACIONAL | GUAYAQUIL | ECONOMÍA | DEPORTES

Guayaquil | Guayaquil | Religiones

Portada > Guayaquil > Guayaquil > Noticia

Imprimir | Calificar | Comentar | Rectificar | Cambiar tamaño | Compartir

Jueves, 24 de Marzo de 2011 - 20:43

Redacción Guayaquil

Conozca qué le ofrece la urbe día a día

## @quehacer\_hoy la agenda para twitteros

0 comentarios | Calificación: ★★★★★

Me gusta | Twittear | 0

¿Qué hacer hoy? Es la primera guía guayaquileña que a través de Twitter recomienda lugares para comer, divertirse y visitar en la ciudad. Asimismo publica las ofertas, teléfonos, direcciones y concursos que efectúan los locales.

Tiene menos de un año de creación, por el momento ya cuenta con 8.237 seguidores y hasta ayer había publicado 10.900 tweets.

Esta opción que se encuentra como @quehacer\_hoy permite conocer los eventos del día y las ofertas de bares, restaurantes y discotecas.

Quienes sigan a este twittero tienen la opción de leer el menú de los restaurantes más conocidos de la ciudad como: Duches, Rey de las Ostras, Aquí está Marcelo, El gato portovejense, Panoli, Bokta, Tinta Café, Wingers, entre otros, así como los precios y promociones en cada uno.

Otra noticia relacionada con esta variable fue la entrevista que este medio realizó al ecuatoriano Javier Egúez, quien vivió de cerca el terremoto en Japón. Expreso en el texto recoge solamente el testimonio del ecuatoriano, a quien entrevistaron a través de la red social facebook.

'Cuando la tierra dejó de moverse, salí a la calle y me encontré con gente asustada, regresando, a pie, a la casa. La mayoría corría desesperada, entre los postes de luz que estaban inclinados a causa de la fuerza del terremoto. Fueron momentos de mucha intensidad, pánico, y caos.'<sup>45</sup>



PORTADA NACIONAL GUAYAQUIL ECONOMÍA DEPORTES

Nacional Actualidad Judicial

Portada > Nacional > Actualidad > Nebliza

Imprimir Calificar Comentar Rectificar Cambiar tamaño Compartir

Martes, 15 de Marzo de 2011 - 22:01

Redacción Guayaquil - MAB

## El ecuatoriano Javier Egúez vivió horas de pánico y caos en Japón

0 comentarios Calificación: ★★★★★

Me gusta 0

Twitter 0



Experiencia. Javier Patricio Egúez, estudiante ecuatoriano en el Tokyo Institute.

### Noticias relacionadas:

- 18 compatriotas aún no están localizados

### Testimonio

Javier Patricio Egúez Guevara, un joven ecuatoriano que reside en Japón, desde hace seis años, contó a EXPRESO, vía Facebook, la experiencia que vivió

"Soy estudiante doctoral del Tokyo Institute of Technology, en Tokio. Yo estoy bien, pero impresionado por los efectos de la tragedia. Conozco de las pérdidas humanas en el área del departamento, dispuesto a salir cuando los temblores empezaron a intensificarse y comenzaron a moverse en direcciones, vertical y horizontal. Cuando la tierra dejó de moverse, encontré con gente asustada, regresando, a pie, a la casa. La mayoría corría desesperada, entre los postes de luz que estaban inclinados a causa de la fuerza del terremoto. Fueron momentos de mucha intensidad, pánico, y caos. Es lo que puedo contar".

Situaciones todavía peores vivieron otros ecuatorianos que viven en Japón. Fanny Lourdes Jaramillo Rivadeneira y sus tres hijos permanecieron desesperados, con hambre y frío, desde el viernes, en una localidad ubicada a 60 km de la central nuclear. La Embajada los contactó ayer y cubrió los costos del transporte para que salgan a Tokio, donde está listo un alojamiento.

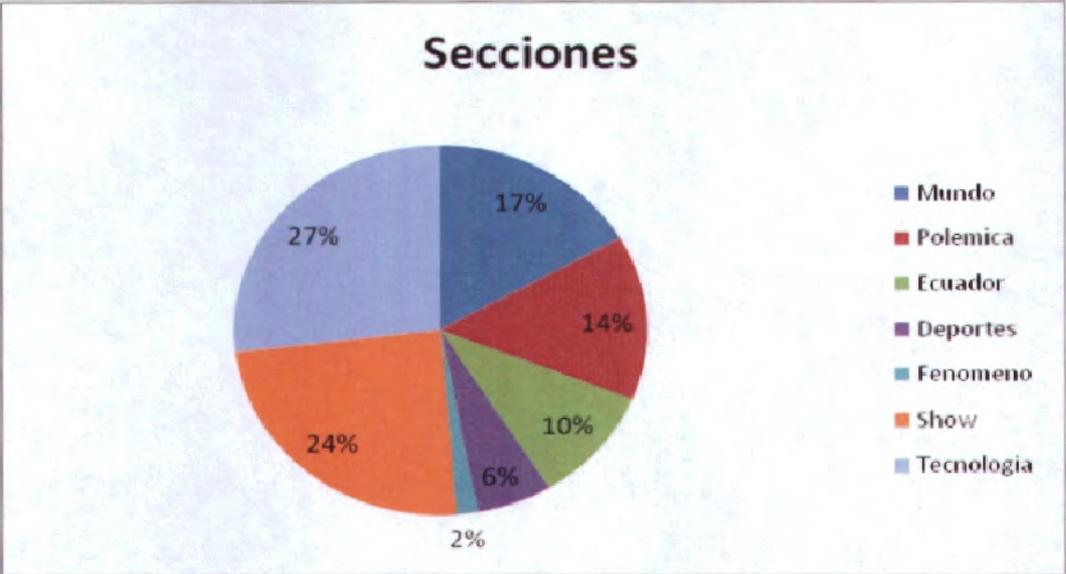
### Testimonio

Javier Patricio Egúez Guevara, un joven ecuatoriano que reside en Japón, desde hace seis años, contó a EXPRESO, vía Facebook, la experiencia que vivió en el terremoto.

"Soy estudiante doctoral del Tokyo Institute of Technology, en Tokio. Yo estoy bien, pero impresionado por los efectos de la tragedia. Conozco de las pérdidas humanas en el área del departamento, dispuesto a salir cuando los temblores empezaron a intensificarse y comenzaron a moverse en direcciones, vertical y horizontal. Cuando la tierra dejó de moverse, encontré con gente asustada, regresando, a pie, a la casa. La mayoría corría desesperada, entre los postes de luz que estaban inclinados a causa de la fuerza del terremoto. Fueron momentos de mucha intensidad, pánico, y caos. Es lo que puedo contar".

<sup>45</sup> (2011, 15 de Marzo) El ecuatoriano Javier Egúez vivió horas de pánico y caos en Japón. Recuperado de <http://ediciones.expreso.ec/ediciones/2011/03/16/nacional/actualidad/el-ecuatoriano-javier-eguez-vivio-horas-de-panico-y-caos-en-japon/>

Siguiendo con el monitoreo de noticias realizado en los medios que son objeto de nuestro estudio se encuentra diario El Comercio, en este diario el 27% del universo de las noticias que son 118, pertenecen al área de tecnología, muy de cerca con 24% se encuentran las notas relacionadas con el mundo del espectáculo y el 17% son noticias internacionales. Las noticias locales dentro del monitoreo realizado pertenecen al 10% de la muestra.



Con respecto a las noticias que tienen como única fuente a las redes sociales para su elaboración, El Comercio registró el 25%. En su mayoría esta notas se encontraban dentro del mundo del espectáculo, muy pocas eran las notas elaboradas por la redacción que entraban en este tema.



Bajo el título “Iniciativa ‘Ecuador Fantasma’ recibió apoyo en Twitter”, el periodista destacó, el 29 de noviembre de 2010, el crecimiento de este movimiento mediante el monitoreo que él realizó en la red social y así lo describe en su nota.

“Durante todo el día, cientos de personas aportaron con una imagen de su barrio o ciudad y la subieron a Twitter bajo el hashtag (palabra clave) “#Ecuadorfantasma”.<sup>46</sup>

EL COMERCIO 

FOTOS

LUNES 29/11/2010

## Iniciativa ‘Ecuador fantasma’ recibió apoyo en Twitter

Tiempo de lectura: 2'37" | No. de palabras: 394

Elcomercio.com

Desoladas calles y avenidas fueron protagonistas ayer de una iniciativa de cibernautas locales. Durante todo el día del censo, cientos de personas aportaron con una imagen de su barrio o ciudad y la subieron a Twitter bajo el hashtag (palabra clave) ‘Ecuadorfantasma’.

La idea fue del guayaquileño Guillermo Sorroca, quien se basó en la experiencia de España cuando

**Desoladas calles y avenidas fueron protagonistas ayer de una iniciativa de cibernautas locales. Durante todo el día del censo, cientos de personas aportaron con una imagen de su barrio o ciudad y la subieron a Twitter bajo el hashtag (palabra clave) ‘Ecuadorfantasma’.**

### ¿Cuántas personas aportaron con fotos?

En realidad aún no lo sé. Pero a ojo de buen cubero, y en lo que estuve monitoreando el movimiento de Twitter, me atrevería a decir que son por lo menos unas 100 personas. ‘Tweets’ hay muchos más.

### ¿Qué piensa hacer con este material?

La idea, ahora que veo el tamaño del asunto, es recopilarlas en un solo sitio, donde estén clasificadas por ciudad. Nada más. Si es que en realidad los resultados superasen los números que le indicaba en la pregunta anterior, pues quizá sí sería interesante que alguna casa editorial apoye en la creación de un libro, cuya venta vaya destinada a alguna fundación. Ojo que estoy divagando, porque las fotos no son de mi propiedad y mi interés inicial es solamente recopilarlas y mostrar un lado distinto de nuestro Ecuador.

### ¿Por qué medio le llegaron más fotos: por Twitter, correo electrónico, Flickr?

Definitivamente por Twitter. Creo que para las personas era más fácil, sobre todo aquellas con smartphones, tomaban la foto y la twitteaban.

### ¿Esta es su primera propuesta a la gente en redes sociales?

Como tal, sí, con la masificación. En años pasados, concretamente para las elecciones del 2006, levantamos un sitio ‘comunitario’ para el seguimiento de las mismas, llamado ‘Ecuadorelige’. Actualmente el sitio está fuera del aire, pero fue una excelente iniciativa a la cual podríamos revivirla quizá como algún observatorio o algo similar. En ese entonces, fuimos como 15 bloggers (lo que estaba en auge en dicho momento) los que llevamos la iniciativa.

Enlace: Para ver las fotos twitteadas como ‘Ecuadorfantasma’

El Comercio también retrató la soledad de las calles:

Otra noticia referente a esta variable es el comentario de la ex Miss Universo Alicia Machado sobre el ataque de artillería ocurrido por Corea del Norte a una isla Sur Coreana, esta noticia fue publicada en El Comercio el 26 de noviembre de 2010, así como en otros medios que son objetos de nuestro estudio como lo son Ecuavisa y Teleamazonas.

Estos medios tomaron directamente las declaraciones de Alicia Machado publicadas en su Tweet y lo convirtieron en noticia.

“La ex miss universo venezolana Alicia Machado decidió cancelar su cuenta de la red social Twitter tras la avalancha de críticas que recibió al referirse a Corea del Norte y Corea del Sur como “las chinas”.<sup>47</sup>

<sup>46</sup> (2010, 29 de Noviembre) Iniciativa ‘Ecuador Fantasma’ recibió apoyo en Twitter. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/entretenimiento/iniciativa-ecuadorfantasma-recibio-apoyo-en-twitter.html>

Entretenimiento

## Alicia Machado pidió paz para las 'Chinas'

• TIEMPO DE LECTURA: 1' 20" • NO. DE PALABRAS: 212

• Reuters y AFP • 00:00 • Viernes 26/11/2010

La ex Miss Universo venezolana Alicia Machado decidió cancelar su cuenta de la red social Twitter tras la avalancha de críticas que recibió al referirse a Corea del Norte y Corea del Sur como "las Chinas".

A través de su cuenta @aliciamachado77, la también actriz y cantante, hizo alusión al ataque de artillería de Corea del Norte sobre una isla surcoreana ocurrido el martes.

"Esta noche quiero pedirles que me acompañen en una oración por la paz, que estos ataques entre las Chinas no empeoren nuestra situación", escribió.

Tras una avalancha de críticas, la venezolana optó por dar de baja su cuenta y explicó en Twitter que lo hizo por haberse convertido en algo "desagradable".

Algunos seguidores continuaron pidiéndole que volviera a la red social. Machado fue la cuarta venezolana en coronarse Miss Universo, en 1996.

La ex Miss Universo venezolana Alicia Machado decidió cancelar su cuenta de la red social Twitter tras la avalancha de críticas que recibió al referirse a Corea del Norte y Corea del Sur como "las Chinas".

A través de su cuenta @aliciamachado77, la también actriz y cantante, hizo alusión al ataque de artillería de Corea del Norte sobre una isla surcoreana ocurrido el martes.

Comentar

Corregir

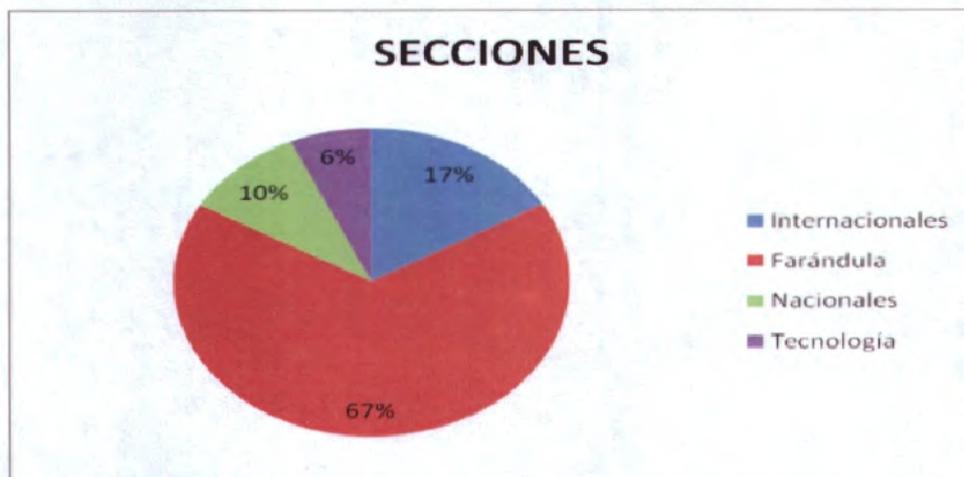
Compartir

4 lecturas

Como vemos en este caso no se colocó ni se consultó a una fuente cercana como agente y/o representantes de la protagonista de la noticia; así como no se complementó con fuentes críticas y ajenas a ella.

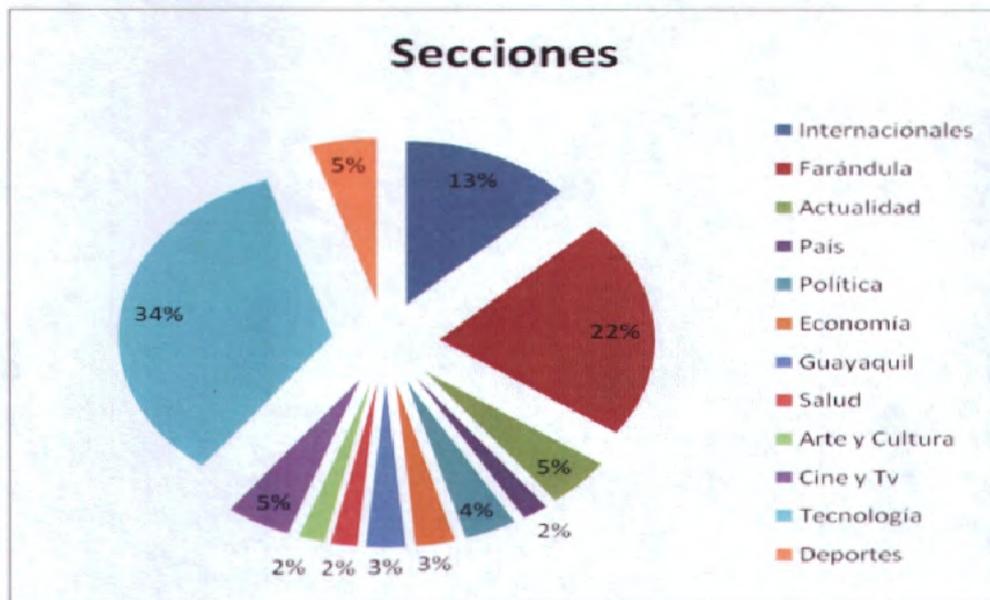
Por otro lado, al igual que diario El Comercio, en Ecuavisa y El Universo la mayoría de noticias referentes a esta variable de nuestro estudio eran las notas de farándula y espectáculo.

En Ecuavisa las 30 noticias que monitoreamos se distribuyeron de la siguiente forma: el 67% de las noticias pertenecen al ámbito de espectáculo, el 17% son noticias internacionales, el 10% noticias nacionales y el 6% de tecnología.



<sup>47</sup> (2010, 26 de Noviembre) Alicia Machado pidió paz para las 'Chinas'. Recuperado de [http://www4.elcomercio.com/entretenimiento/Alicia-Machado-pidio-paz-Chinas\\_0\\_379162135.html](http://www4.elcomercio.com/entretenimiento/Alicia-Machado-pidio-paz-Chinas_0_379162135.html)

Mientras que en diario El Universo la distribución de las 101 notas observadas fue la siguiente: el 35% pertenecen a la sección de tecnología, el 22% farándula y el 13% a internacionales.



En este mismo medio notamos que del 22% de las noticias de farándula, un 15% de ellas se relacionan con la variable que tiene como única fuente a las redes sociales.



El 29 de marzo El Universo publicó la noticia del nuevo romance de Shakira con el jugador del Barcelona de España, Gerard Piqué. Las declaraciones de ambos en sus cuentas de Twitter fueron suficientes para que el medio coloque la noticia en su versión impresa.

'La cantante colombiana confirmó hoy su relación sentimental con la estrella del Barcelona FC Gerard Piqué, a través de un mensaje en su cuenta de Twitter.

"Les presento a mi sol... Shak", escribió la estrella sudamericana del pop al colgar una sugestiva fotografía en la que el jugador español la tiene abrazada y ella, sonriente, reposa sobre sus piernas.<sup>48</sup>

**EL UNIVERSO** Martes 29 de marzo del 2011  
Guayaquil, Ecuador  
Hora Local 15:55

Noticias Opinión Guayaquil Deportes Entretenimiento Vida Fotogalería

Gente Arte y cultura Cine y TV Tiempo Libre Cartelera de Cines

Martes 29 de marzo del 2011 | 12:59 Gente

## Shakira confirma en Twitter su romance con Piqué

AFP | BOGOTÁ, Colombia

La cantante colombiana confirmó hoy su relación sentimental con la estrella del Barcelona FC Gerard Piqué, a través de un mensaje en su cuenta de Twitter.

"Les presento a mi sol... Shak", escribió la estrella sudamericana del pop al colgar una **sugestiva fotografía** en la que el jugador español la tiene abrazada y ella, sonriente, reposa sobre sus piernas.

Hace dos semanas, la revista Caras-Colombia, del conglomerado de medios Televisa, publicó fotografías de la pareja durante una fiesta de celebración de los cumpleaños de ambos, el 2 de febrero pasado en Barcelona, en las aparecen besándose y que fueron centro de atención de la prensa rosa.

El 10 de enero Shakira había anunciado en un comunicado el rompimiento con su entonces pareja, el argentino Antonio de la Rúa, después de una relación de once años.

La cantante colombiana confirmó hoy su relación sentimental con la estrella del Barcelona FC Gerard Piqué, a través de un mensaje en su cuenta de Twitter.

"Les presento a mi sol... Shak", escribió la estrella sudamericana del pop al colgar una **sugestiva fotografía** en la que el jugador español la tiene abrazada y ella, sonriente, reposa sobre sus piernas.

En el mismo medio, se publicó el 2 de diciembre de 2010 un artículo de Paulina Rubio defendiendo a Alicia Machado luego de su incidente en Twitter.

'...Rubio, en su afán de salvar a la ex miss venezolana de las burlas en Twitter, pidió "déjenla en paz, todos los japoneses se parecen y China es muy grande".<sup>49</sup>

**EL UNIVERSO** Jueves 2 de diciembre del 2010  
Guayaquil, Ecuador  
Hora Local 16:26

Noticias Opinión Guayaquil Deportes Entretenimiento Vida Fotogalería

Gente Arte y cultura Cine y TV Tiempo Libre Cartelera de Cines

Jueves 02 de diciembre del 2010 Gente

## Rubio 'metió la pata' al defender a Machado

La cantante mexicana Paulina Rubio "metió la pata" esta semana, al tratar de justificar el error que cometió en Twitter, la ex Miss Universo, Alicia Machado, quien confundió las Coreas (Norte y Sur) con China, publicó elcomercio.pe.

Ese medio señala que Rubio, en su afán de salvar a la ex miss venezolana de las burlas en Twitter, pidió "déjenla en paz, todos los japoneses se parecen y China es muy grande".

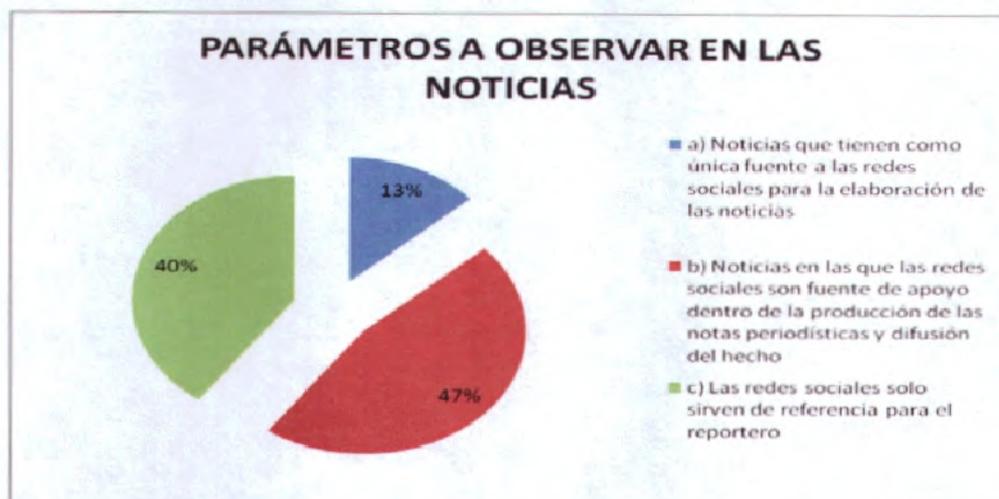
Después del comentario y al darse cuenta de que se había equivocado, ya que muchas personas empezaron a burlársele en el Twitter, Paulina Rubio borró la publicación de su cuenta, pero ya era demasiado tarde porque muchos cibernautas la habían "retwitteado" y guardado en sus cuentas para seguir burlándose de las dos famosas.

Todas las burlas contra Alicia Machado empezaron cuando ella señaló la semana pasada en la red social: "Esta noche quiero pedirles que me acompañen en una oración por la paz, que estos ataques entre las Chinas (al referirse a Corea del Norte y del Sur) no empujen

<sup>48</sup> (2011, 29 de Marzo) Shakira confirma en Twitter su romance con Piqué. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/03/29/1/1379/shakira-confirma-twitter-romance-pique.html>

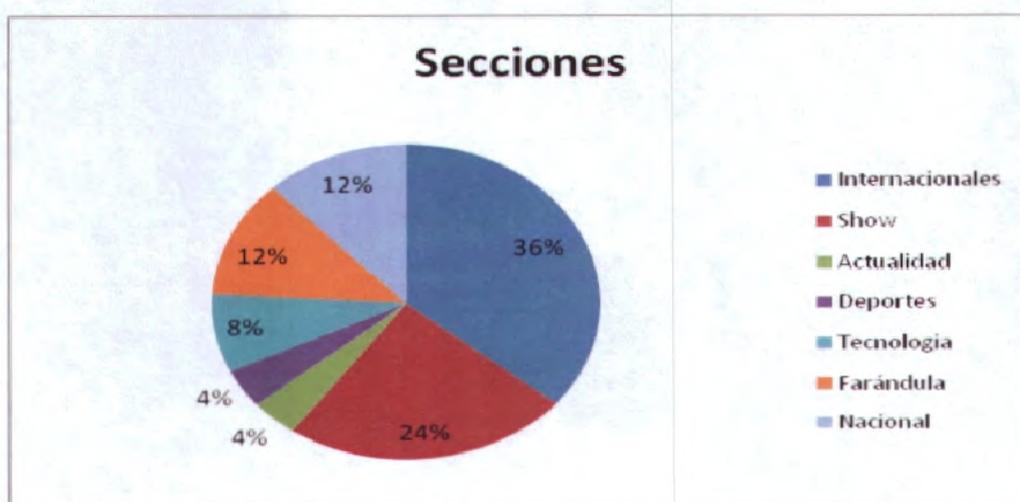
<sup>49</sup> (2010, 2 de Diciembre) Rubio 'metió la pata' al defender a Machado. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/12/02/1/1379/rubio-metio-pata-defender-machado.html>

Continuando con el monitoreo de noticias en base a nuestros medios en estudio, en Ecuavisa, de 30 notas, el 13% tienen como única fuente a las redes sociales.

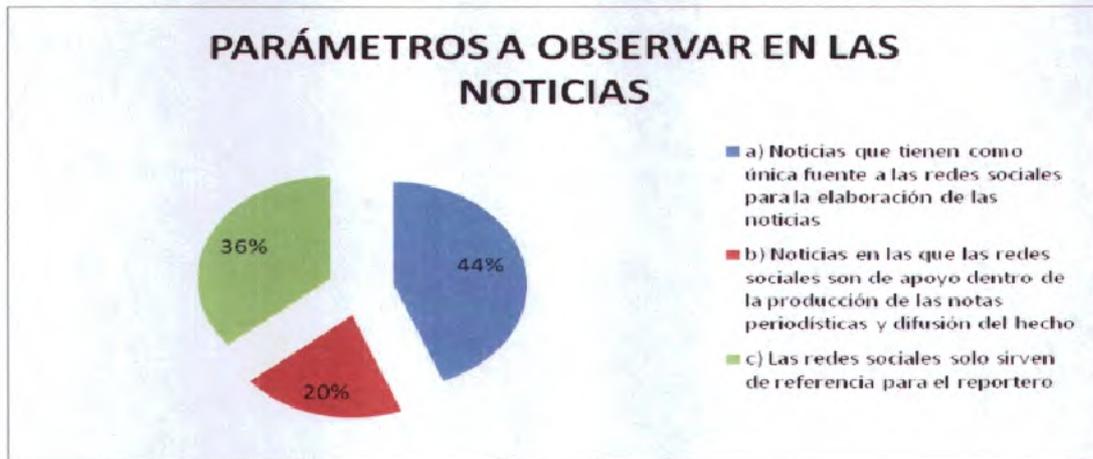


En el noticiero de la tarde el 18 de marzo de 2011 en el segmento Gente se transmitió la noticia de que David Bisbal fue tema del momento en Twitter debido a una equivocación virtual. La presentadora indicó que el intérprete hizo uso del 'hashtag' #orar por Japón dentro de mensajes no relacionados con la catástrofe. El cantante incluyó el mensaje "orar por Japón" mientras comentaba su intención de ver películas en 3D, esto le generó -según el medio- duras críticas por la mala utilización de la red social, además señalaron que los twittereros crearan otro 'hashtag' denominado #orar por Bisbal.

En Teleamazonas, el 36% de 25 noticias observadas están relacionadas con lo internacional, el 24% pertenecen al ámbito de espectáculos y show internacional, mientras que el 12% se refirieron a la farándula nacional y a noticias de carácter político, el 8% son noticias de tecnología.



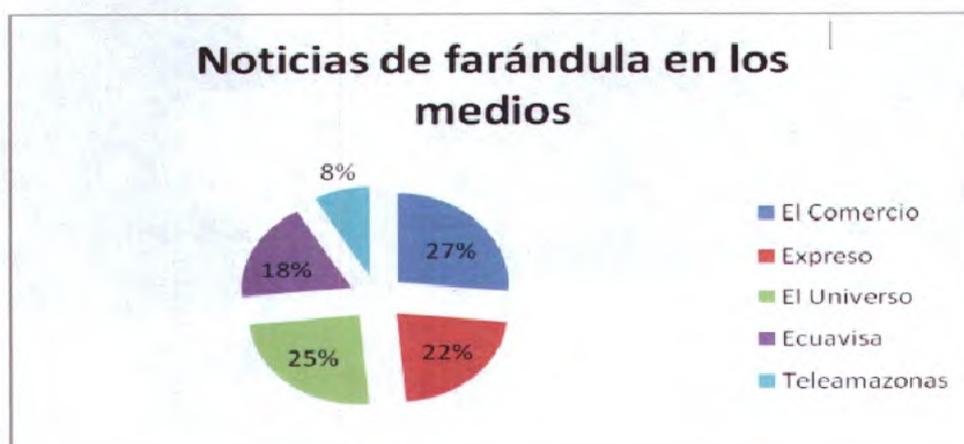
En base a esta variable, Teleamazonas registró el 44% de las noticias que tenían como única fuente a las redes sociales para la elaboración de las noticias.



En el noticiero de la tarde el 2 de diciembre de 2010 el presentador de noticias indicó que Fernando Alvarado, Secretario de Comunicación de la Presidencia, había confirmado mediante su cuenta Twitter la muerte del dirigente de Alianza País Galo Naula el presentador cita al Secretario indicando lo siguiente: “Murió Galo Naula, uno de los primeros soldados de la Revolución Ciudadana, paz en su tumba” así lo anunció Fernando Alvarado la muerte de uno de los dirigente del movimiento País.

En el noticiero de la noche el 10 de enero la presentadora de noticias desmintió el rumor de que Facebook desaparecería tomando las declaraciones que hicieron los representantes de la red social en la página. ‘Aun cuando parecía inverosímil que el sitio, con más de 500 millones de miembros, pudiera cerrar, los representantes de la red social Facebook desmintieron el rumor en el mismo sitio, “No recibimos el memorando sobre el cierre, entonces vamos a seguir trabajando como siempre”.

Concluyendo el análisis de esta variable debemos recalcar que la mayoría de notas publicadas sin confirmación y contraste de otras fuentes ajenas a Twitter y Facebook pertenecen a las secciones de espectáculo y/o farándula.



**Segunda variable: Noticias en las que las redes sociales son fuente complementaria y contrastada dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho.**

En esta variable el reportero utiliza lo plasmado en las dos redes sociales para armar sus noticias, pero sumándole datos extras. En este punto el periodista escribe o transmite literalmente lo que obtuvo de los usuarios y le suma otras fuentes de información que le permiten verificar los datos que capturó en Twitter y Facebook previo a la publicación final en sus notas.

Aquí pudimos notar si el periodista y/o el medio de comunicación utilizaron a las redes sociales como una herramienta básica y primordial de trabajo periodístico para soportar su labor diaria al efectuar reportajes.

En base al principio antes mencionado, diario Expreso registró el 33%. A continuación presentaremos los ejemplos del medio relacionados con esta variable.



En la nota publicada el 17 de marzo de 2011, “Redes sobreviven a desastres y alertas” la periodista toma los testimonios de personas que han escrito en Facebook y Twitter a sus familiares luego del terremoto ocurrido en Japón y aunque son los principales actores de su reportaje, no son sus únicas fuentes sino que son su apoyo dentro del reportaje. La periodista sustenta los testimonios de los afectados con otras opiniones de expertos en materia de tecnología e internet.

“Según Mariela Cisneros, profesora de Redes, de la carrera de Telecomunicaciones, los usuarios están aprendiendo y valorando la importancia de la Internet, solo después de las catástrofes sucedidas.”<sup>50</sup>



En el muro de su hermana escribió: “Rafaella estoy bien, por favor avisa a mis padres que logré salir del hotel en perfecto estado. Nos trasladaron a un albergue, pero muy pronto estaré de vuelta”.

Otra iniciativa surgida tras la catástrofe es el Japan Person Finder, un portal para buscar personas creado por Google y los propios usuarios. Este buscador fue creado a raíz del terremoto que asoló Haití a inicios del 2010 por Google y el Departamento de Estado de EE.UU. Desde entonces, ha sido utilizado para otros terremotos como el de Chile (febrero) y el terremoto de China en abril.

YouTube y Flickr, página de videos y fotografías, respectivamente, también han sido utilizadas para que usuarios de todo el mundo publiquen fotos de sus familiares desaparecidos y el estado en que quedaron las ciudades tras los sismos.



Como ejemplo dentro de esta variable se destaca el artículo publicado en diario Expreso del 25 de febrero de 2011. La noticia “Armas de revolución” hace referencia a la primavera árabe, además la periodista consulta con especialistas en el área de internet y el uso de las redes sociales.

<sup>50</sup> Espinoza G. (2011, 17 de Marzo) Redes sobreviven a desastres y alertas. Recuperado de <http://clasificados.expreso.ec/ediciones/2011/03/18/quayaquil/quayaquil/redes-sobreviven-a-desastres-y-alertas/>

“El punto clave en estas revoluciones presentadas en Túnez y Egipto han sido los foros y grupos de discusión creados en Facebook y Twitter. Estos medios han servido para propiciar la movilización y la participación ciudadana, lo que automáticamente los pone en contra de cualquier Estado opresor...según Juan Javier Astudillo, experto en “Impacto y uso de las redes sociales”, estas herramientas masivas y Google han sido importantes para dar puerta abierta a la democracia y derecho a la información.”<sup>51</sup>

The screenshot shows a news article from 'expreso' with the title 'Armas de revolución'. The article discusses the impact of social media on revolutions in Tunisia and Egypt. It includes an illustration of a person with a telescope and another person with a laptop, symbolizing digital communication and surveillance. The text below the illustration discusses the role of social media in these movements and the challenges they pose to traditional media and government control.

**Armas de revolución**

En el primer capítulo de este artículo se analizan los movimientos de protesta que se están desarrollando en Túnez y Egipto. En el segundo capítulo se analizan los movimientos de protesta que se están desarrollando en Túnez y Egipto. En el tercer capítulo se analizan los movimientos de protesta que se están desarrollando en Túnez y Egipto.

**Experiencias**

**Túnez**

El 17 de enero de 2011 se inició la revolución tunecina. El 18 de enero de 2011 se inició la revolución tunecina. El 19 de enero de 2011 se inició la revolución tunecina.

**Egipto**

El 25 de enero de 2011 se inició la revolución egipcia. El 26 de enero de 2011 se inició la revolución egipcia. El 27 de enero de 2011 se inició la revolución egipcia.

**El rol de las redes sociales**

Las redes sociales han sido fundamentales en la organización de las protestas. Los grupos de Facebook y los foros de Twitter han permitido a los ciudadanos organizarse y coordinar sus acciones.

Para Jorge Maldonado, estudiante de Sistemas Informáticos, los gobiernos a nivel mundial tratan de privar a los usuarios de este tipo de libertad de expresión, limitando las horas Internet y regulando las publicaciones, debido a que se sienten amenazados por el poder de los medios virtuales.

“En su tiempo fueron la radio y el periódico los que no compartían ideales de las dictaduras de turno. En la actualidad un tweet o un post en Facebook corre más rápido que una frase impresa o un llamado por ondas radiales”, acota.

<sup>51</sup> Espinoza G. (2011, 25 de Febrero) Armas de revolución. Recuperado de <http://ediciones.expreso.ec/ediciones/2011/02/25/quayaquil/quayaquil/armas-de-revolucion/>

Continuando con las noticias en las que el reportero utiliza lo plasmado en las dos redes sociales para armar sus noticias, pero sumándole datos extras, El Comercio registró el 45%.



Un ejemplo dentro de este punto es la nota referente al control de las acciones del canal venezolano Globovisión por parte del gobierno de Hugo Chávez. En esta noticia se citan las declaraciones realizadas en Twitter por el presidente de la cadena televisiva Guillermo Zuloaga.

“Corpomedios GV inversiones también es propiedad de Guillermo Zuloaga, presidente de Globovisión...este, vía su cuenta twitter recordó que el Estado será accionista pero no tendrá capacidad para nombrar un director y que el Estado debería sacar a subasta este 20% de las acciones”.<sup>52</sup>

EL COMERCIO.COM • Mundo

Home Noticias Mundo Deportes Opinión Entretenimiento Tecnología Multimedia Blogs

SE LE DIÓ - ECUATORIAHOS EN EL MUNDO

Mundo

### El 20% de acciones de Globovisión, a manos del Régimen

TIEMPO DE LECTURA: 2' 07" • NO. DE PALABRAS: 357

Caracas, • 06:00 • Miércoles 09/12/2010

El Estado venezolano se convirtió ayer en accionista minoritario de la televisión privada Globovisión, muy crítica con el gobierno de Hugo Chávez, con una participación del 20%, que no le dará la facultad de elegir directivos ni intervenir en su gestión.

Según una decisión publicada el lunes por la noche, la Superintendencia de Bancos (Sudeban) liquidó la sociedad Sindicato Ávila, que es accionista de Corpomedios GV Inversiones, firma que tiene la concesión de Globovisión, lo cual convierte al Estado en accionista del medio de comunicación.

Sindicato Ávila, intervenida por el Estado desde julio, pertenece al también liquidado Banco Federal, presidido por Nelson Mezerhane, acusado de supuesto fraude y prófugo de la justicia, al que se le han confiscado numerosas propiedades en Venezuela. "Sindicato Ávila, C.A. posee únicamente 20% de las acciones de Corpomedios, porcentaje que no le da facultad para designar a miembros de la Junta Directiva de la empresa ni de afectar la gestión de la misma", señaló ayer Globovisión.

Like Tweet +f 0

Compartir / Activar

Enviar Imprimir Comentar Corregir Compartir 0 lecturas

<sup>52</sup> (2010, 07 de Diciembre) Gobierno de Chávez controlará el 20% de las acciones de Globovisión. Recuperado de [http://www4.elcomercio.com/mundo/acciones-Globovision-manos-Regimen\\_0\\_386361395.html](http://www4.elcomercio.com/mundo/acciones-Globovision-manos-Regimen_0_386361395.html)

Dentro de esta variable y continuando con el monitoreo de noticias planteado anteriormente, el 8 de diciembre de 2010 diario El Comercio registró en el medio la “ola de ataques informáticos a favor de Wikileaks”.

El Comercio señala que se desató una serie de ataques contra los portales webs de la firma suiza Postfinance y de la estadounidense Mastercard a manera de represalia luego de la información proporcionada por Wikileaks. Además de destacar el acontecimiento ocurrido en ese momento utilizó las declaraciones de los representantes de Wikileaks mediante su cuenta de Twitter, de esta forma el reportero complementó su nota.

EL COMERCIO.com

WIKILEAKS

MÉRCOLES 08/12/2010

Se desata ola de ataques informáticos a favor de Wikileaks

Entre las víctimas figura el portal Postfinance.ch, filial de los servicios financieros del Correo suizo, que albergó y luego cerró una cuenta del fundador de Wikileaks, Julian Assange.

Desde el lunes por la tarde, Postfinance.ch es objeto de ataques cuyo objetivo es sobrecargarlo y tornarlo indisponible, precisó a la AFP un portavoz de la institución financiera.

Los mismos piratas informáticos anunciaron en su página haber atacado el portal de Mastercard. “El grupo que desactivó un banco suizo ha desactivado ahora Mastercard.com”, declararon en su cuenta Twitter.

En efecto, el portal de la empresa de tarjetas de crédito no puede ser contactado desde aproximadamente las 06:00 de Ecuador.

En un comunicado, Mastercard indicó que “está experimentando tráfico pesado en el sitio externo de la empresa, mastercard.com”.

“Estamos trabajando para restablecer la velocidad normal del servicio”, precisó la empresa, afirmando que el uso de las tarjetas de crédito de sus clientes no está comprometido.

La foto web muestra ubicada en la de la firma legal del abogado de las dos mujeres que presentaron la denuncia contra Assange, [www.infoburza.ch](http://www.infoburza.ch), que también estaba inaccesible.  
“Buena, no sabemos si hay una conexión entre el pirata de nuestra web y Wikileaks pero lo suponemos”, dijo Clara Bergeron, el abogado de las dos mujeres, a periodistas.

Otro de nuestros medios de observación, diario El Universo, registró en esta variable el 29% de las 101 noticias observadas en este periódico.



En este medio el 18 de febrero en la nota "Usuarios de operadora se quejan por conexión", el periodista no sólo considera los reclamos que los usuarios hicieron en las redes sociales, sino que además consulta con representantes de la operadora, el presidente ejecutivo de Conecel, Alfredo Escobar y datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

"Por las redes sociales como Twitter y Facebook decenas de suscriptores se quejan por los mismos inconvenientes en los últimos días, especialmente en horarios nocturnos. Unos comentan que no pudieron conectarse o la señal fue lenta."<sup>53</sup>



## Usuarios de operadora se quejan por conexión

Ayer, el presidente ejecutivo de Conecel, Alfredo Escobar, durante el acto de presentación del cambio de nombre de Porta por Claro, reconoció los problemas que han tenido los usuarios y señaló que se trataba de una "intermitencia" con la señal de conexión de internet.

El ejecutivo afirmó que en máximo 48 horas se solucionaría el problema y el servicio estaría restablecido normalmente para sus usuarios.

La compañía explicó que el inconveniente es ajeno a su plataforma y se debe a fallas en un servidor internacional de uno de sus proveedores.

conectarse o la señal fue lenta.

Guillermo Vines, un usuario de Porta, aseguró en Twitter que "la señal se me va a cada rato del día, y por las noches es más, me bloquea totalmente el servicio de internet".

Las quejas no solo abarcan a los abonados que tienen el servicio de internet a través de teléfonos inteligentes. Julia Murga intentó la noche del miércoles pasado conectarse a internet a través de un dispositivo USB, pero no pudo lograrlo.

Otros clientes, en cambio, registraron llamadas a sus teléfonos de otros abonados que no las habían efectuado.

Ayer, el presidente ejecutivo de Conecel, Alfredo Escobar, durante el acto de presentación del cambio de nombre de Porta por Claro, reconoció los problemas que han tenido los usuarios y señaló que se trataba de una "intermitencia" con la señal de conexión de internet.

El ejecutivo afirmó que en máximo 48 horas se solucionaría el problema y el servicio estaría restablecido normalmente para sus usuarios.

La compañía explicó que el inconveniente es ajeno a su plataforma y se debe a fallas en un servidor internacional de uno de sus proveedores.

"El tema es que los servidores de BlackBerry no están en la operadora, están directamente en la empresa RIM, que es la propietaria de BlackBerry y cualquier proceso de ajuste nuestros técnicos de manera directa no lo pueden hacer y tiene que ser coordinado con ellos internacionalmente", dijo.

Para tratar de solucionar los inconvenientes de conexión, Porta informó que se han efectuado algunos correctivos que son fundamentalmente de software, por lo que progresivamente el servicio se irá normalizando.

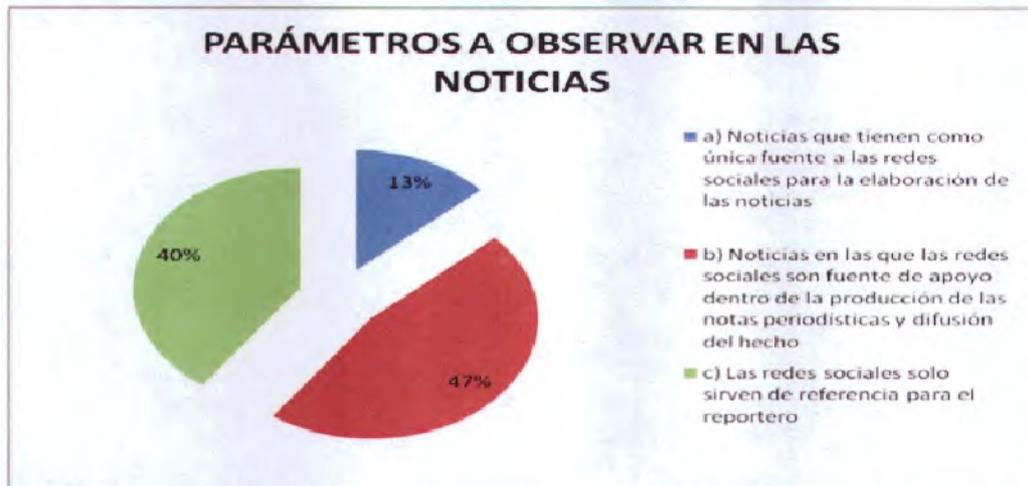
La firma, que posee más de 10 millones de usuarios en el país, subrayó que no todos tienen complicaciones de conexión. Escobar dijo que de la base de suscriptores unos 130.000 tienen teléfonos BlackBerry.

### Relacionadas

> 18 FEB 2011  
Ventas de Porta suben 11% al pasar a \$ 1.226 millones

<sup>53</sup> (2011, 18 de Febrero) Usuarios de operadora se quejan por conexión. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/02/18/1/1356/usuarios-operadora-quejan-conexion.html>

Siguiendo con otro de los medios que son objeto de nuestro estudio se encuentra Ecuavisa, que en esta variable obtuvo el 47% de las 30 noticias monitoreadas.



Dentro del monitoreo de noticias establecido previamente en el que se destacan noticias como la primavera árabe y el terremoto de Haití encontramos en el noticiero de Ecuavisa transmitido el 13 de enero de 2011 a las 20h00 una noticia relacionada al último tema mencionado.

La presentadora, indicó que el rumor surgido en las redes sociales sobre un posible terremoto en nuestro país debido a la similitud de la temperatura como la que se dio en Haití, momentos previos al fenómeno telúrico de hace un año, era falso.

Precisó que ni en Japón, país que dispone de la tecnología más avanzada en materia de predicción de terremotos, se anticipan estos movimientos sísmicos. Dijo además: “El margen máximo de advertencia es de veinte segundos. De modo que no es cierto que el Instituto Oceanográfico o CNN hayan emitido ningún boletín y mucho menos, advertencia en este sentido”.

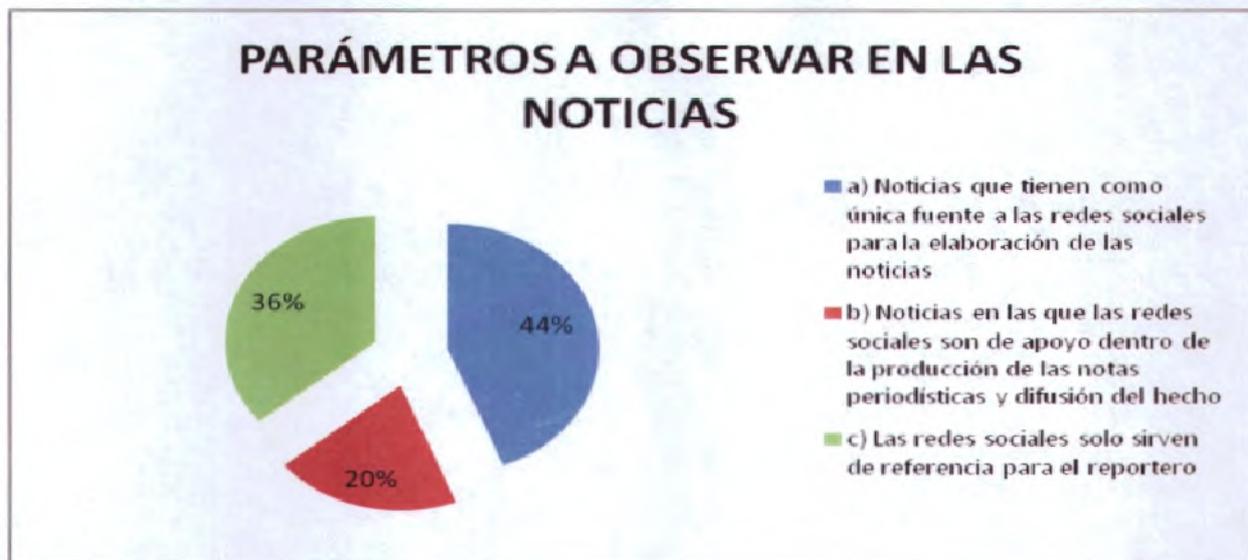
En este caso la noticia que surgió en la redes fue desmentida por el medio, pero ocurrió lo contrario con respecto a la muerte de la actriz Elizabeht Taylor, la cual fue confirmada.

La noticia se publicó el 23 de marzo 2011 en varios noticieros, en ellos se comunicaba los motivos de su muerte.

Las presentadoras del segmento Gente indicaron lo siguiente: “Liz Taylor había ingresado al hospital hace seis semanas por problemas cardiovasculares y hoy le sobrevino un paro cardíaco...su agente señaló que estaba en completa calma en el momento de su muerte y estaba acompañada por sus cuatro hijos.” La nota además

se complementó con los últimos quebrantos en su salud y con lo dicho por la actriz en la red social. 'Liz Taylor comentó en su cuenta de Twitter que estaba "muy orgullosa de todo lo que había hecho"'. En este caso el 'tweet' sirvió de apoyo dentro de la producción de la nota.

Por otra parte, Teleamazonas registró el 20% de las 25 noticias observadas. 5 noticias pertenecían a esta variable en las que las redes sociales son de apoyo dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho.



La noticia sobre Elección de Reina de Quito que se transmitió en el noticiero de Teleamazonas de la tarde el 27 de noviembre de 2010 destacó la crítica que los usuarios de la redes sociales realizaron a Kiki Pérez al mencionar el lugar en el que se desarrollaba la elección.

La reportera apoya su nota en este hecho que se produjo en Facebook y Twitter para elaborar su reportaje. "Nuestros compañeritos Gisella Bayona Y Miltón Pérez, lucieron muy guapos como los anfitriones de la gala y aunque con sobre acumulados bajo el brazo, supieron manejarse muy bien. Lo que no fue igual con nuestra querida Kiki Pérez, pues fue criticada por Facebook y Twitter al asegurar que se encontraba en la Plaza Sucre cuando en realidad estaba en la Plaza del Teatro. ¡Ay! nuestra querida Kiki, se la disculpa por que así son los "gajes de hacerlo en vivo".

Otro ejemplo que se destaca en este variable es la renuncia de Carolina Jaime a Canal Uno. La nota que se transmitió el 10 de enero de 2011 en el noticiero de la

tarde, resaltó las declaraciones de la presentadora en el canal RTS pero además tomó en cuenta el agradecimiento que realizó a sus ex compañeros de trabajo.

“Jaume en declaraciones a RTS, aseguró que a ella no se le permitió despedirse del público ni de sus compañeros de trabajo, por ello la presentadora de las ‘Tardes son de Carolina’ escribió en su cuenta de Twitter: “en mi corazón quedan los mejores recuerdos de las tardes son de Carolina y del apoyo de mi público y mis compañeros de fórmula”.

### **Tercera Variable: Las redes sociales solo sirven de referencia para el reportero para generar un tema.**

En esta variable se establece si las redes sociales son utilizadas por el reportero solo como un canal para adquirir información que no es oficial ni definitiva. Es decir, las noticias que se adecuen a este punto de análisis serán aquellas cuya información surge, en primera instancia, en las redes sociales, pero solo como una voz de alerta de que algo podría pasar y que por tanto amerita revisar el hecho para publicar algo sobre él. Posteriormente los datos, que en primera instancia surgieron en Twitter y Facebook, tendrían que haber sido investigados, confirmados y contrastados con fuentes.

En este punto se han incluido las noticias en las que el periodista solo muestra como breve referencia lo publicado en las redes porque su investigación directa con fuentes o documentos es lo que considera vital para dar a conocer a su audiencia.

Teniendo claro el concepto de esta variable observamos que en diario Expreso el 50% de las 103 noticias se refirieron a este principio. A continuación presentaremos los ejemplos del medio.



En una nota publicada el 20 de febrero el periodista utiliza de referencia la convocatoria que realizaron los jóvenes marroquíes en la red social Facebook, destaca la creación del movimiento "del 20 de febrero" en la que se llamó a manifestar pacíficamente para pedir una nueva Constitución y continúa la nota con declaraciones de otros grupos de izquierda de ese país.

'Uno de los fundadores del llamado en Facebook anunció que el (movimiento) había sido retirado en vísperas de la manifestación, señalando divergencias sobre todo con los islamistas, que fueron numerosos en la manifestación de Rabat... Grupos de izquierda pidieron "menos poderes para la monarquía", y algunas pancartas proclamaban "el rey debe reinar y no gobernar" o "el pueblo quiere una nueva Constitución"<sup>54</sup>.



Uno de los fundadores del llamado en Facebook anunció que el mismo había sido retirado en vísperas de la manifestación, señalando divergencias sobre todo con los islamistas, que fueron numerosos en la manifestación de Rabat.

Según un periodista de la AFP, unas 4.000 personas manifestaron en Casablanca, la principal ciudad del país, gritando: "libertad, dignidad, justicia".

Grupos de izquierda pidieron "menos poderes para la monarquía", y algunas pancartas proclamaban "el rey debe reinar y no gobernar" o "el pueblo quiere una nueva Constitución".

Miles de marroquíes participaron el domingo en manifestaciones en varias ciudades del país exigiendo reformas políticas, así como una limitación de los poderes del rey, en la primera iniciativa de este tipo desde el consenso de las sublevaciones en el mundo árabe.

Entre 3.000 y 4.000 personas —1.500 acudiendo a los aspartadores, según una fuente policial— se congregaron en Rabat antes de trasladar en una gran avenida contra grandes "el pueblo quiere el cambio" o denunciando "la corrupción".

También se registraron manifestaciones de varios miles de personas en otras ciudades, incluyendo a Casablanca, Tánger y Marrakech, si bien no se había señalado ningún incidente importante.

Luego de los acontecimientos en Túnez y Egipto, jóvenes marroquíes lanzaron en el sitio de socialización Facebook el movimiento "del 20 de febrero", llamando a manifestar pacíficamente para pedir una nueva Constitución que limite los poderes del soberano, y más justicia social.

La convocatoria a manifestaciones "pacíficas" fue apoyada e impulsada por organizaciones no gubernamentales, así como por la organización juvenil y de asociaciones islamista, jurídica y benéficas, un movimiento no reconocido pero tolerado, considerado como uno de los más importantes de Marruecos.

Uno de los fundadores del llamado en Facebook anunció que el mismo había sido retirado en vísperas de la manifestación, señalando divergencias sobre todo con los islamistas, que fueron numerosos en la manifestación de Rabat.

Según un periodista de la AFP, unas 4.000 personas manifestaron en Casablanca, la principal ciudad del país, gritando: "libertad, dignidad, justicia".

Grupos de izquierda pidieron "menos poderes para la monarquía", y algunas pancartas proclamaban "el rey debe reinar y no gobernar" o "el pueblo quiere una nueva Constitución".

Marruecos es una "monarquía constitucional" en la cual el rey tiene poderes muy amplios y nombra al primer ministro.

Los principales partidos políticos marroquíes, incluyendo al Istiqlal (del primer ministro Abbas El Fassi) se pronunciaron contra el llamado a manifestar.

Hasta ahora, Marruecos no se ha visto afectado por los movimientos contestatarios que derrotaron a los regímenes en el poder primero en Túnez y luego en Egipto, y que ahora se extendieron a otros países del mundo árabe, incluyendo a Libia.

Según numerosos analistas, Marruecos debe esta situación sobre todo a la legitimidad de su monarquía y a cierta apertura del juego político.

Sin embargo, algunas personas han pedido recientemente una evolución hacia un sistema de monarquía parlamentaria en el cual el rey "reinaría, pero no gobernaría".

El príncipe Moulay Hicham El Alaoui, de 46 años, primo del rey Mohamed VI, que ocupa el tercer lugar en la sucesión al trono de Marruecos, llamó a la democratización del sistema y apoyó a los miles de marroquíes que este domingo pedían reformas políticas.

"Personalmente, adhiero a toda iniciativa que llame a la democratización de nuestro sistema político, tomando en cuenta la necesidad de que eso sea realizado en forma pacífica y tolerante", declaró durante una entrevista en el canal de televisión francés France 24.

"Actualmente la gente quiere ver progresos, reformas políticas, en un contexto monárquico", destacó El Alaoui, llamado "el príncipe rebelde" porque a menudo critica a la monarquía marroquí y al sistema político de su país. El príncipe es investigador en la Universidad Stanford de Estados Unidos.

<sup>54</sup> (2011, 20 de Febrero) Marroquíes manifiestan pidiendo reformas y limitación del poder monárquico. Recuperado de <http://ediciones.expreso.ec/ediciones/2011/02/20/mundo/mundo/marroquies-manifiestan-pidiendo-reformas-y-limitacion-del-poder-monarquico/>

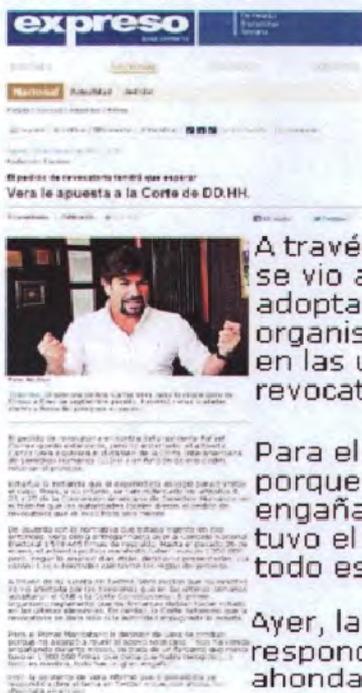
Solo a partir de que los reclamos se vuelven continuos en las redes sociales los periodistas empiezan a pedir declaraciones de las partes para armar una noticia al respecto. De ahí que en este caso la nota se complementa con lo pronunciado por el príncipe Moulluy Hichan, el testimonio de un periodista haciendo cobertura en Marruecos y declaraciones de representantes de diversos partidos.

Otro ejemplo de que las redes sociales sirven de referencia para el redactor, fueron las declaraciones que manifestó Carlos Vera en su cuenta de Twitter sobre la revocatoria de mandato al presidente Rafael Correa. La nota se publicó el 19 de febrero de 2011.

“A través de su cuenta en Twitter, Vera explicó que su iniciativa se vio afectada por las decisiones que en las últimas semanas adoptaron el CNE y la Corte Constitucional... Para el Primer Mandatario la decisión de Vera se produjo porque no alcanzó a reunir el apoyo necesario...”

Ayer, la asistente de Vera informó que el periodista ya respondió sobre el tema en Twitter y que, por ahora, no ahondará en el caso”.<sup>55</sup>

Como queda constancia en el último párrafo de la nota redactada en el medio, el periodista si bien leyó el tweet publicado por Vera intentó contactarse con él personalmente para obtener la información de primera mano mas no de la red social.



<sup>55</sup> (2011, 19 de Febrero) Vera le apuesta a la Corte DD.HH. Recuperado de <http://ediciones.expreso.ec/ediciones/2011/02/20/nacional/actualidad/vera-le-apuesta-a-la-corte-de-ddhh/>

Siguiendo con el monitoreo de los medios que son objeto de nuestro estudio se encuentra diario El Comercio donde el 30% de las 118 noticias hacía referencia a las redes sociales. Esto significa que los periodistas complementaron sus notas con otras fuentes y datos.

El 6 de marzo de 2011 en la noticia “Riesgo para los periodistas en Libia” el redactor nombra a las redes sociales como una herramienta de información durante el conflicto en el país árabe, las utiliza como referencia y también para darle contexto a la noticia.

“...la falta de garantías para trabajar y movilizarse en las ciudades libias de Trípoli o Bengasi, sumado a la suspensión de servicios como Internet o telefonía celular y el bloqueo de redes sociales como Facebook o Twitter, ha hecho que una buena parte de los reportes informativos carezcan de precisión y verosimilitud...”<sup>56</sup>

EL COMERCIO.COM - Mundo

Inicio Noticias Mundo Deportes Opinión Entretenimiento Tecnología Multimedia

5 DE MARZO - ECUALATORIANO EN EL MUNDO

### Riesgo para los periodistas en Libia

La falta de garantías para trabajar y movilizarse en las ciudades libias de Trípoli o Bengasi, sumado a la suspensión de servicios como Internet o telefonía celular y el bloqueo de redes sociales como Facebook o Twitter, ha hecho que una buena parte de los reportes informativos carezcan de precisión y verosimilitud.

La falta de garantías para trabajar y movilizarse en las ciudades libias de Trípoli o Bengasi, sumado a la suspensión de servicios como Internet o telefonía celular y el bloqueo de redes sociales como Facebook o Twitter, ha hecho que una buena parte de los reportes informativos carezcan de precisión y verosimilitud.

La falta de garantías para trabajar y movilizarse en las ciudades libias de Trípoli o Bengasi, sumado a la suspensión de servicios como Internet o telefonía celular y el bloqueo de redes sociales como Facebook o Twitter, ha hecho que una buena parte de los reportes informativos carezcan de precisión y verosimilitud.

<sup>56</sup> (2011, 6 de Marzo) Riesgo para los periodistas en Libia. Recuperado de [http://www4.elcomercio.com/mundo/Riesgo-periodistas-Libia\\_0\\_439156143.html](http://www4.elcomercio.com/mundo/Riesgo-periodistas-Libia_0_439156143.html)

El 10 de marzo de 2011, en este mismo medio, se realizó un reportaje sobre Lidia Ronquillo, la nueva voz del programa de salsa en radio Rumba, el periodista, luego de describir físicamente a la locutora, menciona a las redes sociales para referirse a la forma en que los oyentes la conocieron.

“...más bien ella es delgada, oriunda de la península de Santa Elena, nació en el cantón La Libertad. Y los oyentes ya comenzaron a conocerla físicamente a través del Facebook y el Twitter. Las redes sociales parece que no dejaran espacio para la imaginación...”<sup>57</sup>

## EL COMERCIO.COM · Entretenimiento

Home Noticias Mundo Deportes Opinión **Entretenimiento** Tecnología Multimedia BB  
AGENDA · CARTELERIA · HORÓSCOPO · VIAJES

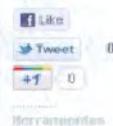
Entretenimiento

### Una voz femenina en ritmo de salsa

• TIEMPO DE LECTURA: 3'2" • NO. DE PALABRAS: 504

• Redacción Guayaquil • 00:00 • Jueves 10/03/2011

Con esa voz potente que tiene, Lidia Ronquillo parecería que es una morenaza. Sonríe con el comentario: "Pues sí, siempre me han descrito así, de raza negra, corpulenta; me imaginan así por el timbre de voz...".



Pero más bien ella es delgada, oriunda de la península de Santa Elena, nació en el cantón La Libertad. Y los oyentes ya comenzaron a conocerla físicamente a través del Facebook y el Twitter.

Las redes sociales parece que no dejaran espacio para la imaginación. Pero escuchar a Lidia en Radio Rumba Network 107.3 FM deja al oyente fascinado con el toque de sensualidad, que pone en cada mensajes al público.

Con los pedidos de los oyentes, más lo que está programado para la mañana se va armando la parrilla musical de salsa "gorda, de la buena", y comercial.

Esas horas se pasan volando para Lidia. "La fuerza de la costumbre", conocer las novedades musicales, los lanzamientos de discos y 22 años haciendo radio, la hacen una experta en la cancha.

Comenzó a los 16 años, en la radio Santa Elena, en un programa del agro, luego estuvo en Brisa Azul y Fragata. Hasta que se trasladó a Guayaquil. En Rumba tiene 14 años trabajando, haciendo programas de toque tropical, y siguiendo el ritmo de cambios de la radio, que nació en 1989.

"Ahora...", es una palabra con énfasis que en la voz de Lidia Ronquillo se ha convertido en un grito emblemático cuando suena una salsa o en otros programas.

"Hoy es un gran día" comenzó a animarlo junto a Carlos Vicente, el "Narizón", pero él dejó el programa por un cargo público.

Lo de Lidia también es la animación. En el feriado de Carnaval estuvo en Salinas y Playas en el Tributo mano a mano, con vocalistas de la Orquesta Guayacán, de la Suprema Corte, Gale. Para abril ya está contratada para una gira de conciertos de música tropical con Elvis Crespo, Maelo Ruiz, Óscar de León y otros.

En las tardes labora de relacionista pública de la Academia Naval Guayaquil, donde también dirige un club de periodismo para jóvenes. El resto del tiempo lo dedica a su esposo y sus dos hijos. Lidia quiere traspasar fronteras por eso entre sus planes está trabajar en un radio de Estados Unidos.

<sup>57</sup> (2011, 10 de Marzo) Una voz femenina en ritmo de salsa. Recuperado de [http://www.elcomercio.com/entretenimiento/voz-femenina-ritmo-salsa\\_0\\_441555860.html](http://www.elcomercio.com/entretenimiento/voz-femenina-ritmo-salsa_0_441555860.html)

Dentro del monitoreo de noticias que realizamos en diario El Universo, notamos que el 56% de las 101 noticias observadas sirvieron de referencia para el reportero. A continuación mostraremos algunos ejemplos de estas noticias.



El 13 de diciembre de 2010 El Universo publicó la noticia de que la cantante ecuatoriana Norka, había recibido un premio en la gala de los 40 Principales, premios que anualmente entrega esta radio que tiene filiales en varios países del mundo. En este artículo se hace referencia a la gran acogida que tiene la cantante en el internet, sobre todo en la red social Facebook, sin embargo estos datos se complementan con la trayectoria de Norka, además de resaltar la forma en la que se dio a conocer en el país. También se coloca en el texto declaraciones de su agente y del director de la radio los 40 Principales.

“El público la eligió con su voto durante siete semanas. Venció en cuatro, gracias a una propuesta de electro pop, “tan en boga en estos últimos tiempos”, sostiene Roberto Álvarez Wandenberg, director de programación de la estación.”<sup>58</sup>

<sup>58</sup> (2010, 13 de Diciembre) Ecuatoriana Norka y su electro pop con un galardón en premios 40 Principales. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/12/13/1/1378/ecuatoriana-norka-electro-pop-un-galardon-premios-40-principales.html>

Lunes 13 de diciembre del 2010

Temas Libres

## Ecuatoriana Norka y su electro pop con un galardón en premios 40 Principales

PATRICIA VILLARRUEL | MADRID

Norka arrasa en internet. No es una cara conocida que desate pasiones en grandes escenarios (al menos, de momento). Triunfa, sí, en las redes sociales. En Youtube (7.463 reproducciones de su canción Lippgloss). En Facebook (sus seguidores sumarán en breve 15.000). El pasado viernes removió el espectro musical del país al adjudicarse en Madrid el premio 40 Principales como Artista de Ecuador. Competía con Caalú, Tercer Mundo, Fausto Miño y Daniel Betancourth.

El público la eligió con su voto durante 6 semanas. Venció en cuatro, gracias a un electro pop. "Han en boca en estos días tiempos", sostiene Roberto Álvarez, jefe de programación de la estación.

Pudiera considerarse a esta intérprete n. Quevedo hace 25 años como la pionera e electrónico en territorio nacional. Se dio en el programa "Nace una estrella" (que a Gamatv). Española con los géneros (hufranca, OSA, breakbeat y ahora el electo) Ivan Toledo (Telmex Records).

El es su productor musical. Comenzaron en Ecuador. Por eso Norka Caallos se le acercando con las manos son tembóroo unos minutos, en la zona de prensa. Con pecho casi al descuberto.

Fue de las primeras artistas en recibir la que fue a Char como una de las grande encuentra en la capital española premio (buntesca) recogió el premio honorífico a

de entregárselo se emorgó otro icono de (reapareció en España escenificando uno (conducida por Tony Aguilar, Frank Blanco, envía en España).

Todo apuntaba a que el triunfador de la El madroño estaba nominado en cinco (Album y Mejor Gira por Internet expresa.) embargo, a Malibú (para (agrupación ni vencedora de la noche).

La banda, con siete años de trabajo a n. Artista Revelación y Mejor Canción por Cosas que suenan a... El Mejor Artista Solista fue Dapo Martin (ex-vocalista del Canto del Loco) y Ay Marín de Carlos Jean, el Mejor Videoclip.

**Galardonados:**

Mejor premio: En las categorías internacionales en Lengua Española, "Shakra" por segundo año consecutivo) logró alzarse con el galardón de Mejor Artista. Mentos, de Camila, fue elegida como Mejor Canción. Lady Gaga se hizo con los dos premios en el apartado de lengua no española: Mejor Artista y Mejor Canción para su tema Bad Romance.

El resto de países: En las categorías nacionales para Latinoamérica se premian los mejores grupos de ocho países: Camila (México), Teen Angels (Argentina), Mández (Chile), Santiago Cruz (Colombia), Peralonso (Costa Rica), Duo Sway (Guatemala) e Iván Barrón (Panamá) y Norka (Ecuador).

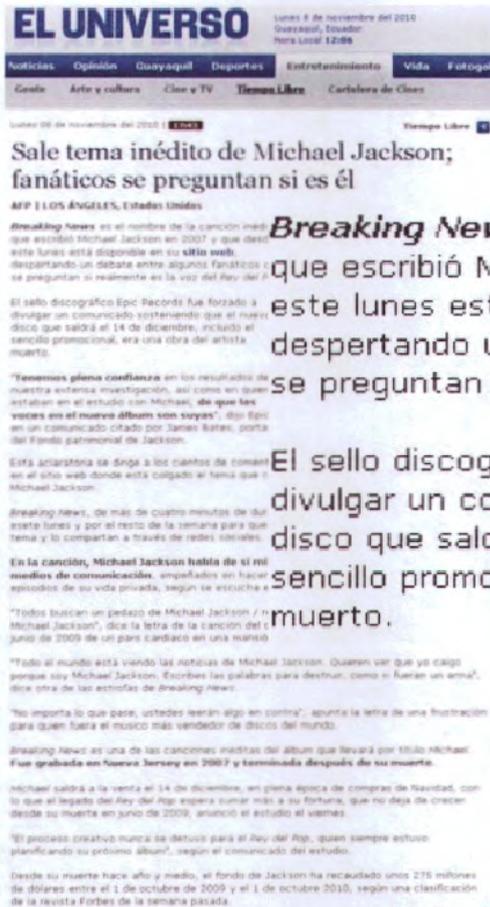
Norka arrasa en internet. No es una cara conocida que desate pasiones en grandes escenarios (al menos, de momento). Triunfa, sí, en las redes sociales. En Youtube (7.463 reproducciones de su canción Lippgloss). En Facebook (sus seguidores sumarán en breve 15.000). El pasado viernes removió el espectro musical del país al adjudicarse en Madrid el premio 40 Principales como Mejor Artista de Ecuador. Competía con Caalú, Tercer Mundo, Fausto Miño y Daniel Betancourth.

Pudiera considerarse a esta intérprete nacida en Quevedo hace 25 años como la pionera del género electrónico en territorio nacional. Se dio a conocer en el programa 'Nace una estrella' (que transmitió Gamatv).

Dentro de la misma sección de farándula y espectáculo de diario El Universo, encontramos el 8 de noviembre de 2010 el artículo "Sale tema inédito de Michael Jackson; fanáticos se preguntan si es él". La nota surge como tema periodístico solo porque los fans comienzan a preguntarse en las redes sociales si es la verdadera voz del rey del pop en la canción que la disquera Epic está promocionando. La nota se complementó con declaraciones del representante de la disquera Epic, quien indicó que Breaking News fue una canción escrita y entonada por el artista en el 2007.

"Tenemos plena confianza en los resultados de nuestra extensa investigación, así como en quienes estaban en el estudio con Michael, de que las voces en el nuevo

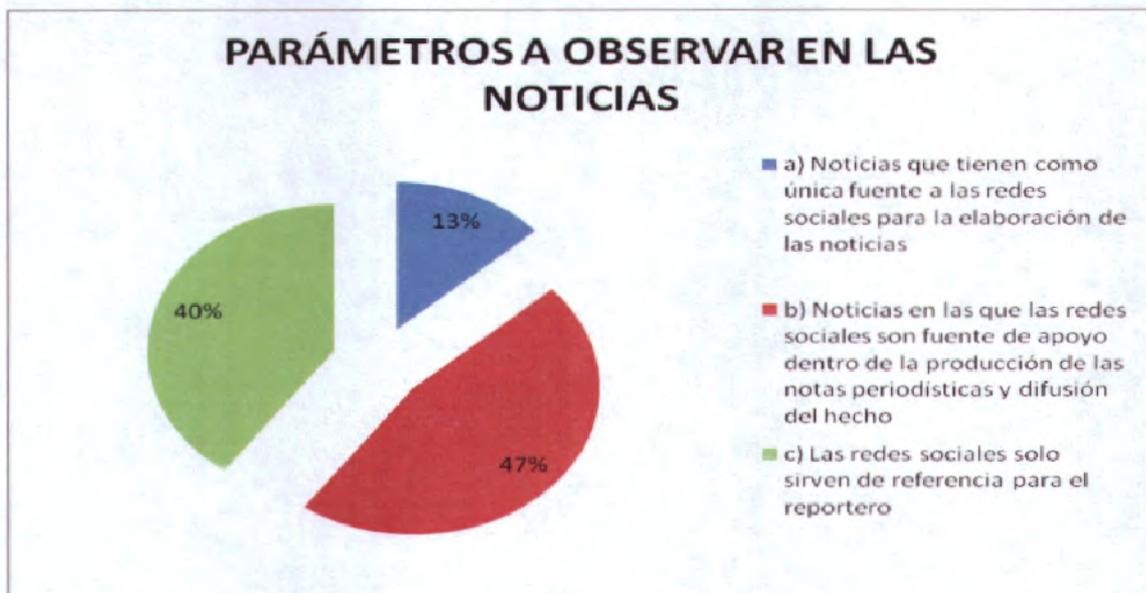
álbum son suyas", dijo Epic, en un comunicado citado por James Bates, portavoz del Fondo patrimonial de Jackson.<sup>59</sup>



**Breaking News** es el nombre de la canción inédita que escribió Michael Jackson en 2007 y que desde este lunes está disponible en su **sitio web**, despertando un debate entre algunos fanáticos que se preguntan si realmente es la voz del *Rey del Pop*.

El sello discográfico Epic Records fue forzado a divulgar un comunicado sosteniendo que el nuevo disco que saldrá el 14 de diciembre, incluido el sencillo promocional, era una obra del artista muerto.

Continuando con el monitoreo de noticias en base a nuestros medios en estudio, en Ecuavisa el 40% de las 30 notas sirvieron de referencia para el reportero.



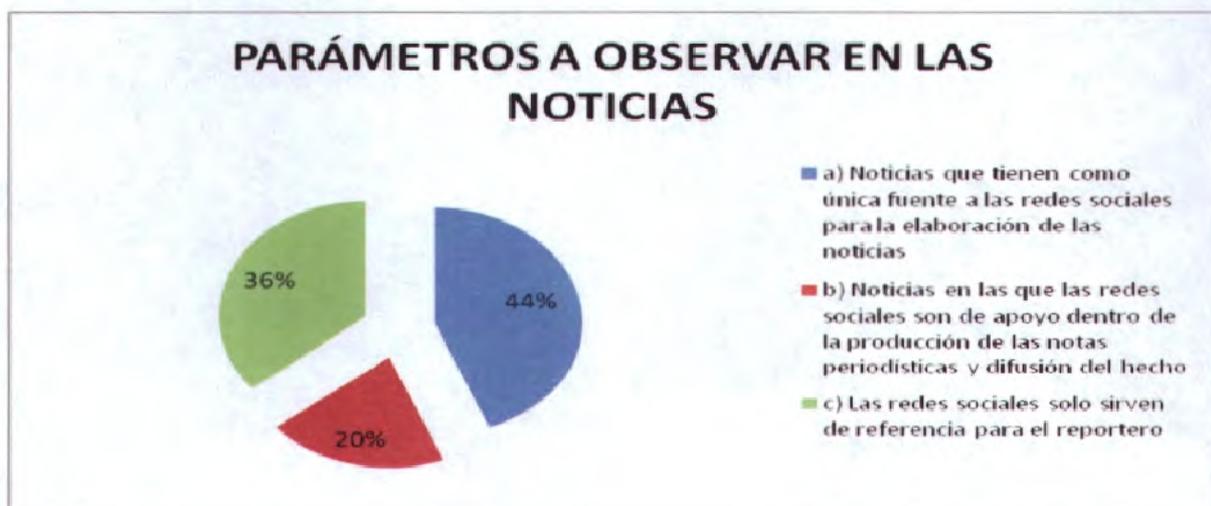
<sup>59</sup> (2010, 8 de Noviembre) Sale tema inédito de Michael Jackson; fanáticos se preguntan si es él. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/11/08/1/1378/sale-tema-inedito-michael-jackson-fanaticos-preguntan.html>

En el noticiero de la noche el 10 de enero de 2011 en el segmento noticias internacionales se transmitió la nota de que el fundador de Wikileaks, Julian Assange, había anunciado en su cuenta de Twitter que la justicia británica transfirió su caso a la corte que trata asuntos relacionados con el terrorismo. La presentadora agregó a la nota que ese cambio hacía suponer que la justicia inglesa seguiría las directrices solicitadas por Estados Unidos, además señaló: “De ser juzgado por terrorismo, se complicaría la defensa del fundador de Wikileaks, el cual podría permanecer arrestado por tiempo indefinido a la espera de un juicio formal en su contra.” El anuncio del fundador sirvió como referencia de la nota, pero la explicación que se dio sobre cómo es el proceso en que se juzgaría a Julian Assange fue lo que complementó la noticia.

Dentro del mismo segmento de noticias internacionales el 26 de enero de 2011, en varios noticieros de Ecuavisa se dio a conocer las protestas que se realizaban en contra del presidente Hosni Mubarak. El presentador indicó lo siguiente: “Centenares de manifestantes se enfrentaron a los policías en el centro de el Cairo. La movilización, que terminó con seis detenidos, fue convocada por medio de las redes sociales Facebook y Twitter, burlando así el bloqueo impuesto por el gobierno.”

En esta nota sólo se hace referencia a la convocatoria que realizaron los manifestantes mediante las redes sociales, sin embargo se da a conocer los enfrentamientos que se efectuaron luego de las manifestaciones.

En Teleamazonas, otro medio objeto de nuestro estudio, el 36% de las 25 noticias observadas pertenecían a la variable en las que las redes sociales sólo sirven de referencia para el reportero.



El noticiero de la tarde del 9 de marzo de 2011, se transmitió la noticia relacionada a la primavera árabe. En esta ocasión se destacó la rebelión que se había producido en Libia. El medio manifestó que las fuerzas de Gadafi lograron controlar la localidad de Bin Yawad, en el centro del país. El presentador de noticias señaló que varios testigos comentaron a través de las redes sociales Facebook y Twitter que las tropas de Gadafi cargaron con tanques y fuego de artillería contra Al Zawiya y en Bengasi, atacaron con una granada un hotel donde se alojan periodistas extranjeros. El medio confirmó a través de otras fuentes que no se reportaron víctimas o heridos.

Otra noticia que forma parte de esta misma variable es la que reportó Teleamazonas en el noticiero transmitido el 11 de enero de 2011 sobre el juicio que se realizaría el de 7 febrero al fundador de Wikileaks, Julian Assange, ante la justicia británica. El medio narra que el Gobierno de Estados Unidos instó al sitio microblogging Twitter para que ofrezca detalles sobre las personas relacionadas con Wikileaks. El presentador menciona que la medida fue tomada en medio de especulaciones de la prensa norteamericana sobre el hecho de que un gran jurado estadounidense estaba investigando al australiano y otras personas de espionaje.

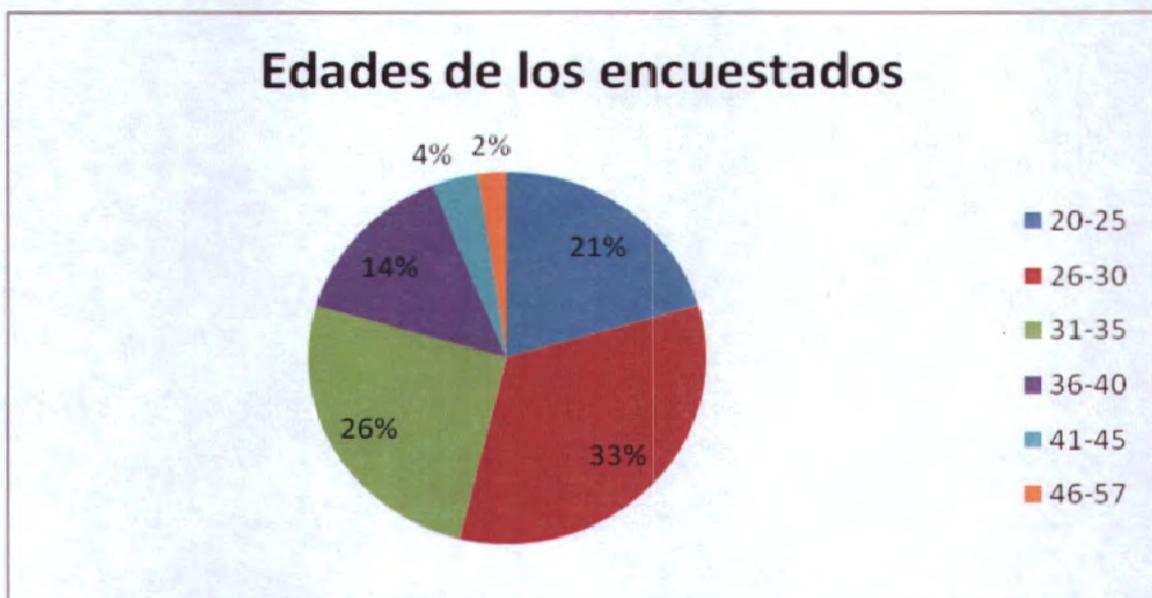
## Capítulo 4: Resultado de encuestas a periodistas

*"Tienes que ser escéptico ante todo lo que encuentras y reconocer que cuando la gente te manda información, muchas veces será subjetiva, sobre todo si están implicados en la situación. Tienes que hacer preguntas difíciles y determinar si tus fuentes son fiables. En ese sentido, es muy similar al periodismo tradicional, solo que ocurre en la red". Por Andy Carvin<sup>60</sup>*

La realidad de nuestros medios de comunicación ha cambiado con la llegada de la internet y con el predominio de las redes sociales. La forma de trabajar de los periodistas y reporteros también está pasando por un cambio fundamental.

Para determinar cuáles son los cambios por los que atraviesan las personas que trabajan en medios de comunicación, es necesario establecer un perfil que nos permita determinar en que se fundamentan estos cambios y hacia quienes se dirigen.

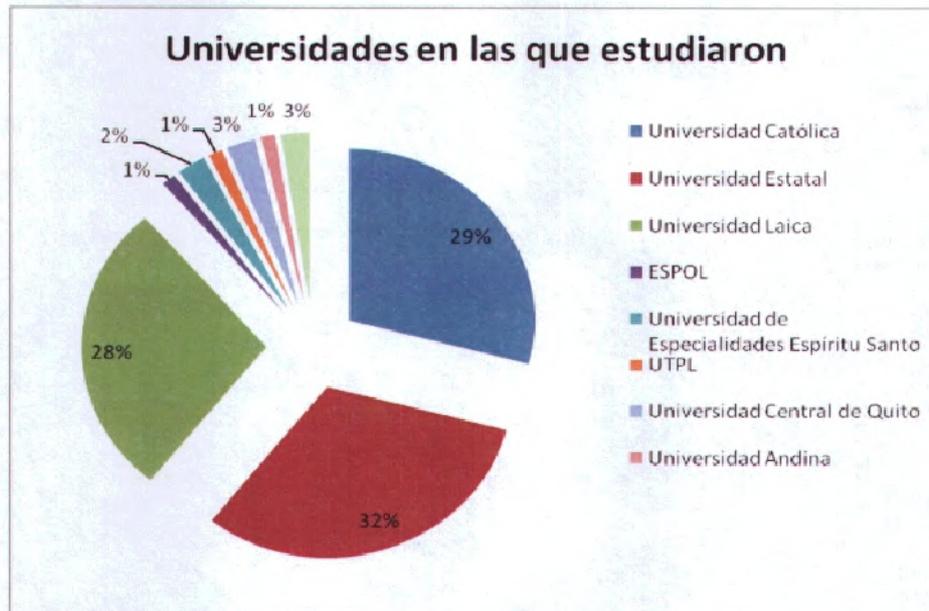
En la encuesta realizada a 132 personas que trabajan en medios de comunicación se obtuvo con un 33% a personas entre 26 – 30 años de edad; 26% entre 31 – 35; 21% entre 20-25 años de edad.



<sup>60</sup> (2011, 13 de Marzo) El periodista que twitteo la revolución. Por Cristina F. Pereda. Recuperado de: <http://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/2011/03/el-periodista-que-twiteo-la-revolucion.html>

Obteniendo del mismo modo al 53% como personal femenino y un 47% que integra al personal masculino.

La institución o lugar donde recibieron formación nuestros encuestados es un punto importante que determinar, para centrar un poco más nuestro campo de observación:



De este modo queda reflejado que el 100% de nuestros encuestados tiene una formación académica, un 49% título en Licenciado en Comunicación y un 35% Periodista Profesional.



José Luis Orihuela, conocido bloguero y profesor de la Universidad de Navarra, en una entrevista a **cuartopoder.es**, el pasado martes 28 de junio del presente año, menciona a las redes sociales como un aporte a la comunicación de “movilidad, globalidad, instantaneidad, brevedad, dimensión social y estilo conversacional”.

El trabajo del comunicador de desplazarse a distintos lugares para recolectar información o contactar a alguien sobre un tema en particular, pasó a la investigación en internet como complemento del trabajo de campo, convirtiéndose las redes sociales como Twitter y Facebook en “fuente de datos” pues así lo reveló el 33% de nuestros periodistas encuestados.

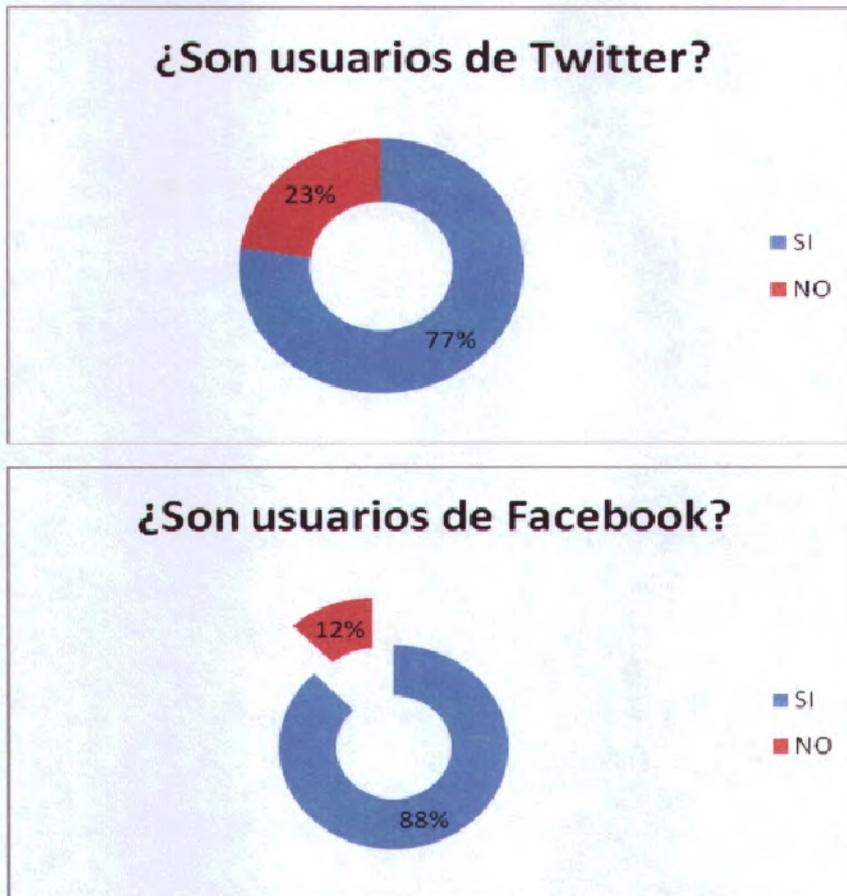


Recientemente se dio a conocer la "2010 PRWeek/PR Newswire Media Survey" (Encuesta de medios de PRWeek y PR Newswire 2010) en la que se analizaron las respuestas de 1.568 medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, además de 1.670 profesionales de relaciones públicas, para llegar a la conclusión de que la evolución de la industria de los medios continúa creando nuevos retos y necesidades con respecto al tiempo y las responsabilidades de los periodistas, lo que los ha llevado a buscar nuevas formas de trabajar.

La encuesta reveló que en el último año los periodistas han incrementado su uso de los medios sociales como fuentes de información; más de un tercio (37%) de los periodistas tradicionales usan Twitter actualmente; 39% de ellos producen contenidos para algún blog como parte de sus deberes profesionales; 24% consideran sitios como Facebook y Twitter como medios importantes para conectarse con los expertos (hubo un incremento de 13% desde 2009); 46% usan

los blogs para investigar algunas veces o siempre; y 33% usan las redes sociales para investigar (hubo un incremento de 9% con respecto a 2009).

Estas cifras no se alejan de la realidad de nuestros periodistas ecuatorianos pues el 77% son usuarios de la red social Twitter y un 88% de la red social Facebook.

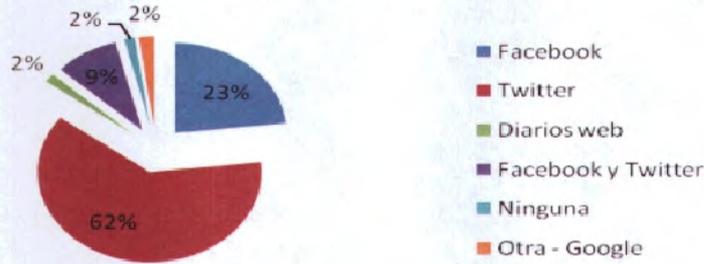


Nuestra sociedad se encuentra en un momento de "hipersociabilidad digital", que se define por la expansión del Facebook desde el 2009 y el boom del Twitter desde el 2010.

En Argentina, 7 de cada 10 usuarios están conectados a alguna red social, y teníamos a finales de 2010 unos 12 millones de usuarios de Facebook. Para el 2011 el Ecuador se ubica entre los países con más usuarios activos en la red social Twitter con un total de 249.861 twittereros.

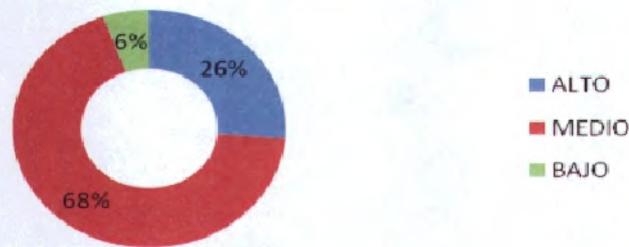
Para Orihuela, Twitter sirve para monitorizar fuentes, conversaciones y tendencias, como plataforma de difusión de contenidos propios y canal de *feedback*. Colocándose en este ritmo el 62% de nuestros encuestados que aseguraron informarse por medio de la red social Twitter.

### ¿Qué red social utilizar para informar(se)?



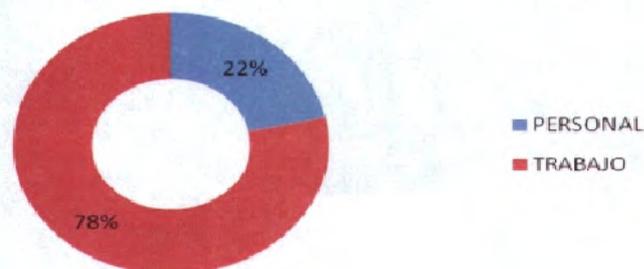
Calificando el grado de credibilidad a estas redes con un MEDIO:

### ¿Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?

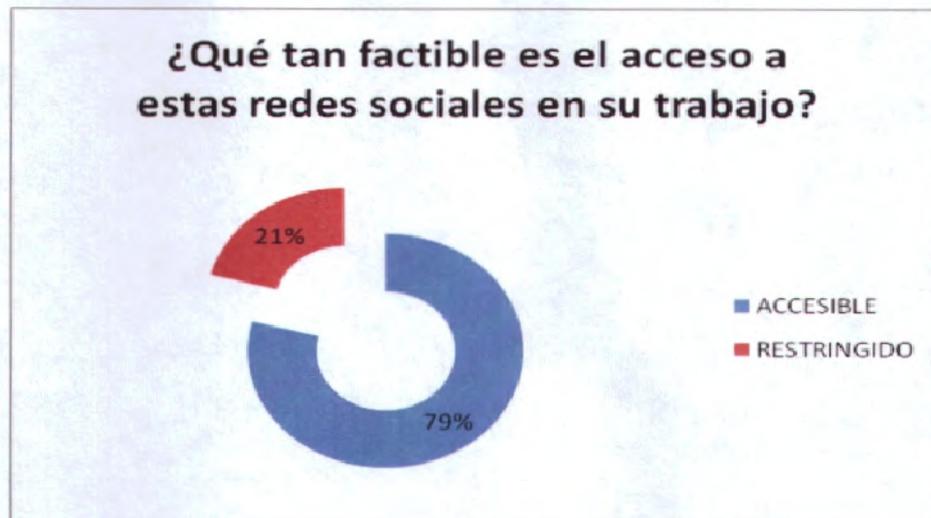


Otro factor que juega un papel importante en la labor periodística es el factor “tiempo”. Pues el usuario promedio no tiene tiempo para informarse. El tiempo de consumo de medios se divide en una oferta cada vez mayor (radio, televisión, cable, Internet en general y las redes sociales en particular). Por lo que internet, los blogs y las redes sociales han proporcionado nuevas y efectivas herramientas de comunicación, investigación, información y contacto con las que los periodistas de antes no contaban. Esto ha hecho que hoy sea posible establecer relaciones rápidamente con fuentes de información y con expertos que antes hubiera tomado el doble o más del tiempo localizar. Teniendo así al 78% de nuestros periodistas que emplean a las redes sociales por motivos de trabajo.

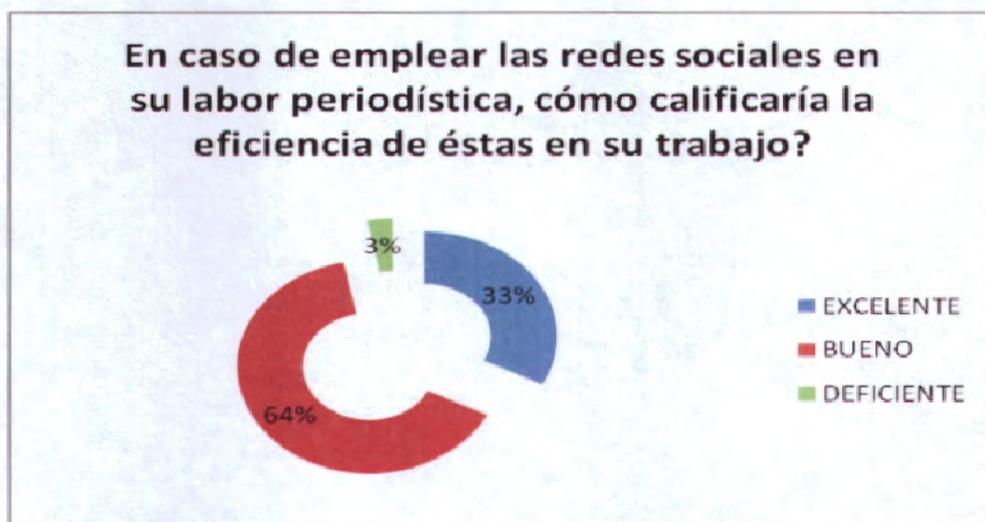
### ¿Con qué fines utiliza las redes sociales?



Siendo el lugar de trabajo, el medio más factible para acceder a ellas, incluso en ciertos medios como Teleamazonas y El Comercio es necesaria su comunicación con estas redes.



Por lo tanto las redes para los medios resultan importantes y vitales para el desarrollo de las noticias, siendo calificadas por nuestros entrevistados con un 64% como **buena**, y un 33% **excelente** en la eficiencia de su trabajo.



Erica Iacono -editora ejecutiva de PRWeek-: “Aunque estas nuevas herramientas ofrezcan a los periodistas diferentes formas de interactuar con los profesionales de las relaciones públicas y con los consumidores de medios, todavía debe haber un enfoque en los principios básicos del buen periodismo”.

## CONCLUSIONES

La web se ha convertido en una enorme fuente documental interactiva, pero tres grandes desafíos giran en torno a ella: encontrar lo que buscamos, discernir entre información significativa y no significativa, y discernir entre información fiable y no fiable. Es así como, poder encontrar lo que uno necesita en la Web resulta primordial para un periodista.

Hemos podido observar que el 33% de nuestros encuestados que las redes sociales Twitter y Facebook se han transformado en una fuente de datos confiable, convirtiéndose en muchas ocasiones para los reporteros como una voz oficial. Sin embargo, contrarresta al proceso periodístico que es ubicar a los responsables de las noticias que se generan día a día para luego transmitirlos.

Una llamada o un correo para obtener una entrevista era lo más común, ahora el comunicador busca a las redes sociales para contactarse y adquirir información de forma más rápida e inmediata con la **fuentes**. Entonces deberíamos preguntarnos **¿la inmediatez de las redes sociales es un pretexto para no acudir a todos los implicados en una noticia?**

Según nuestros resultados y como pudimos notar en el monitoreo de noticias, en algunos casos los profesionales del periodismo acudieron a las redes sociales para contactar a la fuente mientras que otros siguieron el proceso tradicional de contrastar las fuentes en una noticia. Nuestros encuestados también afirmaron que las redes por el limitante de tener un número de caracteres específico no brinda una información completa y detallada de una noticia; también señalaron que no son una fuente confiable y que el periodista debe corroborar lo que se dice en este medio, sin embargo para algunos es una fuente de consulta ya que agiliza y facilita la información.

Como objetivo principal en nuestro estudio, quisimos establecer cómo los reporteros utilizan los datos publicados en las redes sociales Twitter y Facebook para generar y transmitir información.

Para ello generamos tres variables que nos permitieron identificar cómo los periodistas construyen sus noticias en base a lo que publican las redes sociales.

- a) Noticias que tienen como única fuente a las redes sociales para la elaboración de las noticias.
- b) Noticias en las que las redes sociales son fuente complementaria y contrastada dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho.
- c) Las redes sociales solo sirven de referencia para el reportero para generar un tema.

Un canal de los investigados (Teleamazonas 44%) utiliza como única fuente a las redes sociales para realizar la noticia, quebrantando así una de las reglas básicas del periodismo que es *comparar*, contrastar y confirmar información.

En este mismo punto el porcentaje resulta menor en diario Expreso 17%, El Comercio con el 25%, Ecuavisa 13%, El Universo 15%, demostrando así que el “código ético” con el que algunos medios dicen trabajar se ve desvaído, casi oculto en estas noticias.

En este contexto debemos destacar que gran parte de nuestras noticias pertenecen al área internacional, farándula y tecnología. Los políticos, cantantes y actores utilizan la red social Twitter para comentar sobre diversos temas e incluso difundir información brindando así un amplio campo de datos informativos que resultan tentadores para el periodista en su búsqueda de noticia.

Esto no ocurre en Facebook ya que es más utilizada para temas sociales, como difusión de fotos y eventos. Por ello consideramos que esta última es netamente una red social frente al Twitter que a nuestro parecer es una red de información en la que interactúan los usuarios para intercambiar y transmitir datos. De ahí que el 90 % de las noticias analizadas en los cinco medios hacen mayor referencia al twitter en lugar de Facebook. ¿Será que las redes sociales se han convertido en sujeto de la información?

*“Es vital manejar un código ético porque cuando navegas en la web es fácil adueñarse de ideas y redacción de otros. Por ello nosotros nos regimos por el código de ética de noticias de Ecuavisa, además del digital que tiene que ver con siempre citar las fuentes, no engañar y peor promocionar algo que no es”, Emilio Carrión director web y social media*

El 68% de nuestros encuestados consideran a Twitter y Facebook con un grado de credibilidad **medio**. Considerando que las cuentas de las redes sociales pueden ser clonadas o adulteradas por *sicarios de web*. ¿En qué momento estas se transforman en fuente fiable?, ¿Se logra tener mejor contacto con el usuario?, ¿Hacia dónde nos llevan las redes sociales?

Para Fernando Astudillo, Sub jefe de redacción de diario El Universo en el periodismo hay 4 velocidades:

- Redes sociales, al momento
- **La web, la ampliación de la noticia**
- El papel, como el medio
- La investigación, como proceso importante

Retomando su idea de “la web, ampliación de la noticia” damos paso a nuestra segunda variable: **Noticias en las que las redes sociales son fuente complementaria y contrastada dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho**. Obteniendo así: Ecuavisa y El Comercio con casi el 50% de sus noticias (Ecuavisa 47% y El Comercio 45%) fueron elaboradas con información de las redes sociales. Le siguen Expreso 33%, El Universo 29%, Teleamazonas 20%.

En este punto pudimos notar que los periodistas consultaban con las redes sociales pero también la complementaban con otras fuentes e información adicional.

Para Paúl Mena un paso fundamental de las redes sociales Facebook, y Twitter es *recolectar información desde la ciudadanía*. Dejando como ejemplo, casos como el de los mineros atrapados en Chile y el terremoto de Haití, donde medios internacionales como CNN pedían a los usuarios fotos e información, desde el lugar del hecho. Entonces ya no era solo un corresponsal quien enviaba la información, sino miles de ciudadanos desde el mismo lugar.

La afirmación del periodista de la BBC Paúl Mena es compartida por Fernando Astudillo, de diario El Universo, quien señala que las personas que se encuentran en

las redes sociales pueden informar a través de ellas, sin embargo la tarea del periodista es discernir lo que publican “los informantes” para luego comprobar que lo que dicen es lo correcto.

En la práctica periodística ésta sería la forma más adecuada de ejercerla como lo demuestra el 50% de nuestras noticias analizadas que emplearon a las redes sociales como complemento en su elaboración.

Por otro lado, sí se ha demostrado que las redes sociales funcionan o como única fuente o como fuente complementaria y contrastada dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho, esto automáticamente da cabida a nuestra tercera variable: c) **Las redes sociales solo sirven de referencia para el reportero para generar un tema.**

En esta variable se establece si las redes sociales son utilizadas por el reportero solo como un canal para adquirir información que no es oficial ni definitiva. Cuando la información surge, en primera instancia, en las redes sociales, pero solo como una voz de alerta de que algo podría pasar y que por tanto amerita revisar el hecho para publicar algo sobre él. Posteriormente los datos, que en primera instancia surgieron en Twitter y Facebook, tendrían que haber sido investigados, confirmados y contrastados con fuentes.

Aquí nace la interacción con la audiencia, las redes se convirtieron en un vínculo entre personas, que permiten el intercambio de información y datos al instante.

Antiguamente la audiencia cumplía el papel de espectadora, solamente recibía información, actualmente en las redes sociales esta misma audiencia es protagonista de noticias, son una fuente de información que genera noticias o la proporciona al medio. Los seguidores o fans de los medios en las redes podrían formar una red de corresponsales distribuidos en todo el mundo. Esta vinculación entre los medios y su audiencia en las redes sociales, con el cuidado y filtro necesario, puede en algunos casos ayudar al reportero a obtener nueva información.

Según nuestro estudio las redes sociales se han convertido en una instancia que genera constantemente temas para publicar y a la cual el reportero no puede descuidar de su monitoreo. En este sentido, los cinco medios en análisis utilizaron a

las redes sociales como referencia en sus noticias. En diario Expreso el porcentaje fue de 50%, El Comercio 30%, El Universo 56%, Ecuavisa 40% y Teleamazonas 36%. En todas las noticias la red social estuvo presente como referencia de una macro noticia.

Consideramos que los medios de comunicación han entendido al uso de las redes sociales como herramienta de trabajo por ello Francisco Poveda, editor del departamento digital de diario Expreso en el tiempo de nuestro estudio, indicó que tuvo que prepararse para enfrentar este reto ya que no conocía mucho de las redes sociales. Es muy necesario que los medios de comunicación preparen a sus periodistas para ejercer el periodismo de mejor forma, sin embargo esto no ocurre en todos los casos. Habría que plantearse que si no todos los medios están cumpliendo con esta obligación las universidades deben preparar a sus estudiantes frente a las nuevas tendencias del periodismo y de igual forma ofrecer cursos de actualización para sus estudiantes profesionales en ejercicio. Y es que el 93% de nuestros encuestados señaló que las redes sociales deben implementarse al trabajo del periodista, frente a este hecho las universidades no pueden quedarse atrás, tienen la tarea de lograr acoplar a su sistema de estudio esta tendencia. En este sentido se hace evidente que la práctica periodística está cambiando y debemos prepararnos para ello. Así queda comprobada nuestra hipótesis de que: “las redes virtuales de trabajo colaborativo están modificando el ejercicio periodístico, por lo que es necesario investigar sobre estos elementos ya que se encuentran estrechamente relacionados con la generación y transmisión de información”.

Felipe Martinez, editor multimedia de diario El Comercio, afirma que las redes sociales han permitido un diálogo directo y fluido y destaca que en los sitios web de Grupo El Comercio los lectores encontrarán blogs de los periodistas, comentarios en el instante y por supuesto las redes sociales en las cuales los lectores tienen contacto más cercano e inmediato con el medio.

Cuando consultamos a nuestros encuestados si consideraban si las páginas de web de los medios debían vincularse a las redes sociales, ellos indicaron que las redes sociales forman parte de una tendencia universal que permiten a millones de personas a nivel local y mundial informarse a través de ellas, también mencionaron

que nuestra era exige la búsqueda de nuevas formas de información y de cómo llegar a los lectores. Y es que las redes sociales permiten llegar a los jóvenes, un sector que está poco cubierto por los medios impresos, pero al cual pueden acceder si logran que este gran nicho de usuarios los siga en Twitter y Facebook. De esta forma este nuevo público de los medios impresos estará pendiente de lo que el diario o canal de televisión transmita en su cuenta para luego retweetear a su amigo y de esa forma dar a conocer una noticia al resto de sus seguidores.

Queremos resumir en cuatro las razones por la que los medios emplean las redes sociales: distribuir **contenido**, **interactuar con la ciudadanía**. ¿Qué es lo que quiere mi audiencia? ¿Qué temas le preocupan? ¿Cuál es su reacción frente a ciertos temas? **recolectar información desde la ciudadanía y difundir la marca**. Es decir al distribuir el contenido el medio busca destacar las noticias más importantes del día, con ello pretende conocer qué piensa su audiencia y cómo reacciona, es decir interactuar con ella para luego recolectar información y difundir la marca del medio en sí en las redes sociales.

Nuestros entrevistados, encuestados, los medios y las noticias observadas demuestran que las redes sociales son una fuente de datos para la elaboración de las noticias, son una fuente complementaria y sirven como referencia a los reporteros para sus notas.

Al momento de consultar a nuestros encuestados si se debe implementar como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales ellos expusieron que ya era una herramienta de trabajo para los periodistas, confesaron que era una ayuda para la elaboración de sus notas, ya que les permite acceder a las fuentes de forma inmediata. ¿Es posible que las redes sociales contribuyan a que los periodistas realicen trabajos mediocres por el simple hecho de que es "más rápido" elaborar una noticia con lo que se publica en estas?

Consideramos que si no se tiene la acuciosidad para averiguar bien la fuente y la información que pueda surgir en las redes sociales, existe el riesgo de caer en la desinformación e incluso dar noticias sin fundamentos.

Por último, debemos destacar que el 64% de nuestros encuestados señaló que utilizan o monitorean las redes sociales todo el día y 8 de cada 10 periodistas tienen acceso a estas. Lo que demuestra que las redes sociales, Twitter y Facebook, no sólo modifican la práctica periodística sino también la forma en que los medios de comunicación llegan a la audiencia para intercambiar y proporcionar información.

## Bibliografía

- Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos5/modte/modte.shtml>
- Crucianelli, Sandra (2010). Herramientas Digitales para Periodistas (88).
- Camus, Juan C. (2006). Tienes 5 segundos. Duncan, Watts. Six Degrees: La ciencia de una era conectada. Recuperado de <http://www.andercismo.com/2006/12/redes-sociales-en-internet.html>
- Recuperado de <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-54-millones-espanoles-siguen-medios-comunicacion-facebook-twitter-20110719125743.html>
- Recuperado de <http://www.infoperiodistas.info/busqueda/noticia/resnot.jsp?idNoticia=11042>
- (2010, 12 de noviembre) Portales del Estado entre los más visitados de la web. Recuperado [diario-expreso.com/.../portales-del-estado-entre-los-mas-visitados-de-la-web](http://diario-expreso.com/.../portales-del-estado-entre-los-mas-visitados-de-la-web)
- (2011, 18 de febrero) Usuarios de operadora se quejan por conexión. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/02/18/1/1356/usuarios-operadora-quejan-conexion.html>
- Recuperado de <http://www.infoperiodistas.info/busqueda/noticia/resnot.jsp?idNoticia=11042>
- Recuperado de <http://twitter.com/about>
- Espinoza G. (2011, 25 de Febrero) Armas de revolución. Recuperado de [www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/quayaquil/quayaquil/armas-de-revolucion/](http://www.diario-expreso.com/ediciones/2011/02/25/quayaquil/quayaquil/armas-de-revolucion/)
- Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/05/15/guia-para-periodistas-sobre-el-uso-de-paginas-de-facebook/>
- (2010, 19 de Noviembre) Twitter el nuevo medio de comunicación y publicidad. Recuperado de <http://www.ojoinet.comwww.expreso.ec/ediciones/2010/11/19/quayaquil/quayaquil/twitter-el-nuevo-medio-de-comunicacion-y-publicidad/>
- Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>
- Recuperado de <http://initiatedigital.wordpress.com/2011/04/16/por-fin-luces-sobre-numero-de-usuarios-de-twitter-en-latinoamerica/>

- Flores C. (2011, 3 de abril) La loca carrera de los famosos en Twitter. Revista Semana <http://www.diario-expreso.com/semana/html/notas.asp?codigo=20110403183458>
- Ecualink, Recuperado de <http://www.ecualinkblog.com/2010/12/40-millones-de-latinos-en-twitter.html>
- Pisani F. (2010, 18 de Septiembre) Facebook Fatiga. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/07/18/1/1431/facebook-fatiga.html>
- Recuperado de <http://www.checkfacebook.com/>
- Rivera José, La web 2.0 y los medios de comunicación en Ecuador. Recuperado de <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/223-web-20-y-medios-.html>
- Escandón Pablo, Ecuador, comunicación e información: el juego de las pantallas, entre lo estacionario y lo móvil, entre herramientas y cognición. Recuperado de <http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/produccionacademica/escandn%20santiago%20de%20compostela.pdf>
- Vargas Esther, Clases de Periodismo, Los periodistas no pueden dar la espalda a las redes sociales. Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2010/01/22/los-periodistas-no-pueden-dar-la-espalda-a-las-redes-sociales/>
- Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/05/15/guia-para-periodistas-sobre-el-uso-de-paginas-de-facebook/>
- Sutter J. (2011, 24 de febrero) Internet también podría ser una herramienta útil para los dictadores. Recuperado de <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/02/24/internet-tambien-podria-ser-una-herramienta-util-para-los-dictadores>
- Arcos E. (2011) Facebook, esa nueva arma que los dictadores no saben usar. Recuperado de <http://alt1040.com/2011/02/facebook-esa-nueva-arma-que-los-dictadores-no-saben-usar>
- (2010, 22 de Noviembre) 'Bruno era todo para Rómulo y para él, su padre era su ídolo'. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/11/22/1/1422/bruno-era-todo-romulo-el-padre-era-idolo.html>
- (2011, 14 de Junio) Periodistas debatieron sobre el uso de las redes sociales en los medios. Recuperado de

<http://www.diariouno.com.ar/mendoza/Periodistas-debatieron-sobre-el-uso-de-las-redes-sociales-en-los-medios-20110614-0055.html>

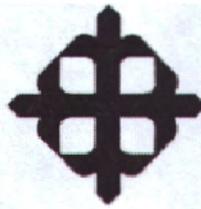
- Recuperado de <http://www.poynter.org/uncategorized/2153/integrating-old-and-new-media-newsrooms>
- Artículo de Juan Luis Cebrián, **"Investigación y Análisis de Internet en el Periodismo y los Medios SP"**. Recuperado de [http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/vida/blog/elpeputec/20071105elpeputec\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/vida/blog/elpeputec/20071105elpeputec_1/Tes)
- (2011,15 de Febrero) "Contenidos, calidad y rentabilidad de medios digitales" Recuperado de: <http://www.adepa.org.ar/secciones/agenda/nota.php?id=594>
- (2009, 13 de Enero) "El potencial de las redes sociales para el periodismo". Recuperado de <http://www.adepa.org.ar/secciones/agenda/nota.php?id=594>
- Recuperado de: <http://www.madrimasd.org/blogs/culturadered/2009/01/13/111112>
- (2011,13 de Marzo) El periodista que twitteo la revolución. Por Cristina F. Pereda. Recuperado de: <http://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/2011/03/el-periodista-que-twiteo-la-revolucion.html>
- **"2010 PRWeek/PR Newswire Media Survey"** Encuesta de medios de PRWeek y PR Newswire 2010
- Claire Fry, periodista en el Reino Unido del Worcester News Claire Fry, Art. Educación, periodismo y redes sociales, 08 de Marzo del 2011.
- Recuperado de <http://www.data-red.com/estudios/archivos/201013717458.pdf>
- Recuperado de <http://www.data-red.com/cgi-bin/estudios/ver.pl?id=2010137174515>
- Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/819/81912006003.pdf>
- Recuperado de <http://www.terra.com.pe/noticias/noticias/act2265717/mas-940-millones-personas-usan-redes-sociales-todo-mundo.html>
- Recuperado de [http://www.cetiuc.cl/wp-content/uploads/2009/03/resultados\\_bitano\\_2007\\_junio\\_2008.pdf](http://www.cetiuc.cl/wp-content/uploads/2009/03/resultados_bitano_2007_junio_2008.pdf)
- Recuperado de <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/223-web-20-y-medios-.html>

- Recuperado de <http://www.slideshare.net/cveraq/historia-internet-ecuador>
- Recuperado de [http://www.n-economia.com/informes\\_neconomia/pdf/panorama\\_tic\\_latam/Panorama TIC LATAM\\_mar09.pdf](http://www.n-economia.com/informes_neconomia/pdf/panorama_tic_latam/Panorama_TIC_LATAM_mar09.pdf)
- (2011, 15 de Marzo) El ecuatoriano Javier Egúez vivió horas de pánico y caos en Japón. Recuperado de <http://ediciones.expreso.ec/ediciones/2011/03/16/nacional/actualidad/el-ecuatoriano-javier-eguez-vivio-horas-de-panico-y-caos-en-japon/>
- (2010, 29 de Noviembre) Iniciativa 'Ecuador Fantasma' recibió apoyo en Twitter. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/entretenimiento/iniciativa-ecuadorfantasma-recibio-apoyo-en-twitter.html>
- (2010, 26 de Noviembre) Alicia Machado pidió paz para las 'Chinas'. Recuperado de [http://www4.elcomercio.com/entretenimiento/Alicia-Machado-pidio-paz-Chinas\\_0\\_379162135.html](http://www4.elcomercio.com/entretenimiento/Alicia-Machado-pidio-paz-Chinas_0_379162135.html)
- (2011, 29 de Marzo) Shakira confirma en Twitter su romance con Piqué. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/03/29/1/1379/shakira-confirma-twitter-romance-pique.html>
- (2010, 2 de Diciembre) Rubio 'metió la pata' al defender a Machado. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/12/02/1/1379/rubio-metio-pata-defender-machado.html>
- Espinoza G. (2011, 17 de Marzo) Redes sobreviven a desastres y alertas. Recuperado de <http://clasificados.expreso.ec/ediciones/2011/03/18/guayaquil/guayaquil/redes-sobreviven-a-desastres-y-alertas/>
- (2010, 07 de Diciembre) Gobierno de Chávez controlará el 20% de las acciones de Globovisión. Recuperado de [http://www4.elcomercio.com/mundo/acciones-Globovision-manos-Regimen\\_0\\_386361395.html](http://www4.elcomercio.com/mundo/acciones-Globovision-manos-Regimen_0_386361395.html)
- (2011, 20 de Febrero) Marroquíes manifiestan pidiendo reformas y limitación del poder monárquico. Recuperado de <http://ediciones.expreso.ec/ediciones/2011/02/20/mundo/mundo/marroquies-manifiestan-pidiendo-reformas-y-limitacion-del-poder-monarquico/>
- (2011, 19 de Febrero) Vera le apuesta a la Corte DD.HH. Recuperado de <http://ediciones.expreso.ec/ediciones/2011/02/20/nacional/actualidad/vera-le-apuesta-a-la-corte-de-ddhh/>

- (2011, 6 de Marzo) Riesgo para los periodistas en Libia. Recuperado de [http://www4.elcomercio.com/mundo/Riesgo-periodistas-Libia\\_0\\_439156143.html](http://www4.elcomercio.com/mundo/Riesgo-periodistas-Libia_0_439156143.html)
- (2011, 10 de Marzo) Una voz femenina en ritmo de salsa. Recuperado de [http://www.elcomercio.com/entretenimiento/voz-femenina-ritmo-salsa\\_0\\_441555860.html](http://www.elcomercio.com/entretenimiento/voz-femenina-ritmo-salsa_0_441555860.html)
- (2010, 13 de Diciembre) Ecuatoriana Norka y su electro pop con un galardón en premios 40 Principales. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/12/13/1/1378/ecuatoriana-norka-electro-pop-un-galardon-premios-40-principales.html>
- (2010, 8 de Noviembre) Sale tema inédito de Michael Jackson; fanáticos se preguntan si es él. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/11/08/1/1378/sale-tema-inedito-michael-jackson-fanaticos-preguntan.html>
- (2011, 13 de Marzo) El periodista que twitteo la revolución. Por Cristina F. Pereda. Recuperado de: <http://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/2011/03/el-periodista-que-twiteo-la-revolucion.html>

# Anexos

# Proyecto de Tesis



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA TESIS

CARRERA DE COMUNICACIÓN

UCSG

Estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico. Casos específicos: Twitter y Facebook.

## 1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

En los últimos años la internet se ha convertido para la sociedad en un canal de información y comunicación que llega de forma universal, omnifuncional, bidireccional y de gran alcance. Pues muchas personas recurren a la web para buscar datos en un sistema que soporta sin dificultad el tráfico de distintos enlaces cibernéticos.

La investigación "La Responsabilidad de la Información: los Medios en el siglo XXI" efectuada en mayo del 2010 a 305 futuros periodistas que cursan estudios en 21 universidades españolas, realizada por las empresas ESTUDIO DE COMUNICACIÓN Y SERVIMEDIA, establece que un 80,7 por ciento se conecta a diario a redes sociales y un 37,7 por ciento a plataformas para compartir contenidos.

Los universitarios reconocen que todos ellos visitan en alguna ocasión lugares como Facebook, YouTube, Twitter, foros y blogs, la mayoría de ellos a diario. En concreto, un 87,5 por ciento de los entrevistados creen que la influencia de la Web 2.0 será notoria en el futuro ejercicio de su profesión. Para éstos, la incidencia más notable será en el estilo y la forma de redactar (23,2 por ciento) y el concepto de distribución (21,2 por ciento)

Un completo estudio de InSites Consulting, señala que "por lo menos un 72% de los usuarios de Internet en el mundo son parte de por lo menos una red social, lo que supone un total de 940 millones de usuarios".

Esto demuestra que el internet y, en este caso, las redes sociales se han convertido en un espacio de información para jóvenes y adultos, que han sido utilizadas como herramientas por los medios de comunicación e incluso como una medida alternativa para mantener informados a los usuarios de internet.

Según un informe de la empresa española ARGO sobre redes y servicios telemáticos "Con la Internet los medios de comunicación tradicionales (fundamentalmente: prensa escrita, radio y televisión) no encuentran la competencia de un 'nuevo medio', sino que se les abre la posibilidad de disponer de un 'nuevo canal' para la difusión de las informaciones."

Los medios de comunicación de nuestro país principalmente prensa y televisión cuentan con la creación de una página web propia además del uso necesario de redes virtuales dentro de su ejercicio periodístico.

Es así como los medios de comunicación brindaron un nuevo acceso a la información a los usuarios sin perder su esencia. "...Radio, prensa y televisión conservan sus formas tradicionales de comunicación pero adaptan y unifican sus formatos a la dinámica de la nueva plataforma digital."

Actualmente los medios de comunicación tienen páginas web en donde actualizan constantemente la información que genera el país. Teleamazonas, Ecuavisa, diarios Expreso, El Comercio y El Universo son algunos de los ejemplos de su desarrollo en la web. Esto permite a los usuarios conocer las noticias nacionales e internacionales de manera inmediata resaltando los datos más relevantes.

Los empresarios se han visto en la obligación de invertir en departamentos de internet y en la contratación de personal netamente dedicado a la actualización de las noticias digitales. Este equipo también tiene la responsabilidad de mejorar el sistema y hacerlo más atractivo a los usuarios que ingresan diariamente a la web. Por este motivo es que los medios trasladan su presencia a las redes sociales.

Diario EL UNIVERSO en un artículo digital publicó que Ecuador según Supertel (Superintendencia de Telecomunicaciones) tiene casi dos millones de personas conectadas la red social de Facebook.

El ecuatoriano medio que usa la red tiene entre 18 y 34 años. Guayaquil y Quito son las ciudades que acaparan casi todo el porcentaje, con más del 96% de gente conectada.

Estos departamentos son dirigidos por periodistas que deben tener la suficiente destreza para poder canalizar la información y colocarla en estos sitios.

La Internet en Ecuador apareció en los años 90 y empezó a ser usado en las Politécnicas y Bancos principales. Y así se convierte en prioridad empresarial y académica principalmente a inicio del 2000. Pero con el pasar del tiempo, la implementación del sistema inalámbrico y el abaratamiento de los costos del servicio se volvieron más accesibles para miles de personas, tanto que el internet de banda ancha proliferó los cyber cafés, siendo más tarde implementado en los establecimientos educativos, hogares, empresas y centros comerciales.

Este desarrollo provocó que los medios de comunicación se vieran en la necesidad de implementar páginas web para enganchar a los usuarios con la información que proporcionaban en línea. De esta forma Ecuador evitaba correr el riesgo de quedarse aislado de la tendencia mundial.

Las versiones digitales de la prensa escrita y la televisión se están convirtiendo en el principal escenario de comunicación lo que resulta preocupante para la Facultad de Filosofía y Letras, ya que la Carrera de Comunicación Social no cuenta en su pensum académico con materias relacionadas al periodismo digital.

Por ello hemos realizado un estudio que involucra a jóvenes y adultos entre 25 y 45 años que son periodistas, ejercen la profesión y están vinculados al uso de las redes sociales.

En este sentido consideramos fundamental estudiar la manera en que el periodista utiliza las redes sociales para informar (se). En nuestro trabajo de tesis se ha analizado cómo las redes virtuales de trabajo colaborativo están modificando el ejercicio periodístico, y qué parámetros utilizan para transmitir esa información.

## **2. CONTEXTO DEL PROYECTO**

Frente al notable crecimiento de los medios de comunicación en el espacio cibernético, el Estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico, propone una base donde se analiza de qué forma estas redes virtuales pueden influir en el ejercicio periodístico.

### **3. SUJETOS / OBJETOS DE OBSERVACIÓN**

#### **Caracterización**

Los sujetos de observación fueron periodistas entre 25 y 45 años de edad que utilizan las redes sociales como una herramienta de trabajo. Además las formas en que emplean las redes virtuales en su labor de producir y transmitir la información.

Además, se indagó bajo que parámetros trabajan las personas que suben la información de los medios de comunicación en las redes sociales.

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **Declaración**

“Modo de empleo de las redes sociales Twitter y Facebook, en la labor periodística”.

### **PERÍODOS DE OBSERVACIÓN**

#### **Delimitación**

Partiendo de nuestro tema de estudio, en aproximadamente tres meses se realizaron encuestas y entrevistas a periodistas en ejercicio entre los 25 y 45 años sobre el uso de internet y las redes sociales. Las encuestas se elaboraron con el fin de determinar el perfil de los reporteros que trabajan en los departamentos creados por los medios de comunicación para el desarrollo de las página web.

Este formato también lo utilizamos para conocer las exigencias que tienen los medios de comunicación hacia los periodistas con respecto al uso de las redes.

## **OBJETIVOS DE LA TESIS**

- Establecer cómo los reporteros utilizan los datos publicados en las redes sociales Twitter y Facebook para generar y transmitir información.
- Definir bajo qué parámetros los medios de comunicación seleccionan su información para publicar en las redes sociales Facebook y Twitter.

## **Hipótesis del proyecto**

Las redes virtuales de trabajo colaborativo están modificando el ejercicio periodístico, por lo que es necesario investigar sobre estos elementos ya que se encuentran estrechamente relacionados con la generación y transmisión de información.

## **Elementos Técnicos**

Las técnicas que utilizamos en el proceso fueron:

- 1) Monitoreo y tabulación de noticias que respondieron a tres variantes específicas:
  - a) Noticias que tienen como única fuente a las redes sociales para la elaboración de las noticias.
  - b) Noticias en las que las redes sociales son de fuente complementaria y contrastada dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho.
  - c) Las redes sociales solo sirven de referencia para el reportero para generar un tema.
- 2) Encuestas a periodistas de los medios analizados.
- 3) Observación directa de la práctica profesional del periodista (in situ), es decir una observación de campo sobre el uso de las redes de trabajo colaborativo.
- 4) Entrevistas a periodistas y jefe departamentales.

Guayaquil, 13 de diciembre de 2010

Periodista

Carolina Andrade

Directora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación

De nuestras consideraciones:

Luego de recibir las observaciones que el Consejo Directivo realizó a nuestro trabajo final de grado, cuyo tema es: "Estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico" acudimos a nuestra Tutora de Tesis Mariuxi León. El 19 de noviembre de 2010, en nuestra reunión, consideramos en conjunto tomar en cuenta ciertas recomendaciones que creemos son necesarias para la eficacia y determinación de nuestra tesis.

Cabe recalcar que se realizarán pequeños cambios como los de limitar los objetivos para que no existan interpretaciones ajenas a lo que deseamos desarrollar.

De esta forma nuestros objetivos quedaron de la siguiente forma:

Establecer cómo los reporteros utilizan los datos publicados en las redes sociales Twitter y Facebook para generar y transmitir información.

Definir bajo qué parámetros los medios de comunicación seleccionan su información para publicar en las redes sociales Facebook y Twitter.

En cuanto al objetivo de realizar una reflexión sobre el contenido de los programas de aprendizaje de la licenciatura en Mención Diseño Gráfico para medios, decidimos dejarlo fuera de la investigación puesto que la nueva malla no contempla esta mención dentro de su pensum académico, por lo que nuestro estudio de investigación quedaría desactualizado y no aportaría con tanta eficacia a la Facultad.

### Resultados del proyecto

Al finalizar el proyecto se contará con un estudio que contemple dos grandes componentes:

- La realización de un estudio que expondrá cómo se está modificando el trabajo periodístico por el impacto del uso de las redes sociales.

CAF  
die 13/10

- Conocer de qué forma los medios de comunicación actualizan y seleccionan las informaciones que se publican en las redes sociales. En este punto también indagaremos en los parámetros con los que trabajan las personas que están en los departamentos web.

Se realizaron críticas a los Elementos Teóricos (Marco Teórico) del proceso de investigación.

El Consejo Directivo indicó que hacían falta referencias que sustenten el problema planteado en la investigación, es por ello que realizaremos el minucioso seguimiento por dos meses consecutivos (25 de septiembre al 25 de noviembre) de los medios en análisis de nuestra investigación que son: Ecuavisa, Teleamazonas, El Universo, El Comercio y Expreso; observaremos noticias donde reflejen en su programación y esquema periodístico, al menos una vez, la presencia de las redes sociales Facebook y Twitter para la elaboración y difusión de la noticia.

El principal eje de análisis será determinar si estas redes sociales son fuente principal y única para la elaboración de la noticia, si son de apoyo dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho, o sólo sirven de referencia para el reportero.

Luego de efectuar los cambios a nuestro proyecto, la hipótesis quedó de la siguiente forma:

Las redes virtuales de trabajo colaborativo están modificando el ejercicio periodístico, por lo que es necesario investigar sobre estos elementos ya que se encuentran estrechamente relacionados con la generación y transmisión de información.

En cuanto a los elementos técnicos que usaremos para nuestra investigación, el Consejo Directivo resaltó que sería poco viable realizar una observación in situ de los medios a estudiar, sin embargo, nos mantendremos en cumplir con utilizar dicha herramienta.

Adjuntamos parte de nuestro marco teórico

Agradecemos la atención brindada.

Atentamente,

Kristel Carrera

Carolina Carrillo

Merlyn Ochoa

## Elementos Teóricos (Marco Teórico) del proceso de investigación

Hemos realizado el seguimiento por dos meses consecutivos de los medios en análisis: Ecuavisa, Teleamazonas, El Universo, El Comercio y Expreso, donde muestran en su programación y esquema periodístico, al menos una vez, la presencia de las redes sociales Facebook y Twitter para la elaboración y difusión de la noticia.

El principal eje de análisis fue determinar si estas redes sociales son fuente principal y única para la elaboración de la noticia, si son de apoyo dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho, o sólo sirven de referencia para el reportero.

En el año 2009 Diario El Universo ya daba fe de que las redes sociales como: Facebook y Twitter estaban entre las páginas más visitadas de la web.

El 3 de septiembre del presente año, el Diario aseguraba que Facebook tiene 500 millones de usuarios y Twitter superaba los 175 millones de usuarios. Además resaltó que el 62% de las personas que utilizan las redes sociales tienen o utilizan aparatos móviles para acceder al servicio.

Es así que en Ecuador son miles los usuarios que siguen a los medios de comunicación tanto impresos como televisivos. En los medios que observamos pudimos notar las siguientes cifras: Ecuavisa tiene 24.091 seguidores, El Universo 17.731, Expreso 3.695 y Diario El Comercio 11.030.

Pudimos constatar dentro de los medios que observamos que en el Noticiero 24 horas de las 13h00 presentado por Teleamazonas, el pasado 30 de septiembre fue evidente el empleo de la red social Twitter, pues no solo como medio para informar a sus seguidores, sino como fuente de información en el momento en que el presentador de noticias lee desde su celular lo que publica el presidente de Venezuela en su cuenta Twitter: "están tratando de tumbar al Presidente Correa, alerta a los pueblos de la alianza bolivariana" enfatizando el presentador: "lo dijo Chávez en su dirección Twitter".

El mismo 30 de septiembre, los medios de comunicación no pudieron transmitir ningún tipo de información después de las 14h00, ya que todos los canales se encontraban en cadena nacional. Fue entonces cuando los ciudadanos del país y quienes viven en el exterior optaron por informarse a través de redes sociales, como Twitter y Facebook, sobre lo que acontecía en Ecuador.

En la versión oficial no se mencionaba lo que sucedía en los cuarteles y en las calles. No había tampoco la versión de los policías.

Así, a través de las redes sociales, los ciudadanos obtenían información de última hora distinta a la proporcionada por Ecuador TV.

Medios impresos como Expreso y El Universo, confirmaron después del incidente que las redes sociales fueron el medio de comunicación alternativo para informarse.

Pero no sólo las noticias políticas son publicadas en estos sitios.

La farándula también tiene un espacio y así artistas como Alejandro Sanz, Lady Gaga, Juan Fernando Velasco, Paulina Rubio, son parte de la información que se generan desde el Twitter.

En el segmento "En Corto" del canal Teleamazonas transmitió 10 noticias adquiridas desde Twitter. El pasado 23 de septiembre se mencionó la noticia de que Paris Hilton estaba siendo deportada de Asia por sus problemas de justicia, ella se desahogó con sus fans que la siguen en su cuenta de Twitter: "estoy muy decepcionada por no haber encontrado a mis fans de Asia les prometo que volveré pronto". La noticia está basada solo en lo que publicó la artista en su cuenta Twitter, no hay imágenes de su deportación, solo se transmitió un video musical que fue presentado mientras la reportera leía su nota.

El 3 de agosto del mismo año. Luego de la aparición de un supuesto objeto volador no identificado (ovni) Ecuador alcanzó su primer "Trend Topic" en Twitter, que son los temas más comentados a nivel mundial.

### **Resultados previos del monitoreo**

En un monitoreo que hicimos desde el 25 de septiembre al 25 noviembre en el Diario El Universo registramos 20 noticias donde se menciona las redes sociales: Facebook y Twitter.

El 30% corresponde al segmento de Vida y Estilo donde se escribe sobre la vida de los artistas, su trabajo sus polémicas y hasta su agenda de trabajo. El 20% es sobre tecnología. Un 15% de las noticias corresponde a temas internacionales y en menor porcentaje temas de seguridad, de Guayaquil y deporte.

Un ejemplo de la utilización de las redes sociales fue en la muerte del hijo del periodista deportivo Rómulo Barco. En Guayaquil, por medio del Twitter los usuarios de esta red rechazaron el crimen y por el mismo sistema se convocó a una marcha pidiendo al Gobierno más seguridad.

En cuanto a Ecuavisa, que es otro medio en estudio, de las 30 noticias que salieron al aire en los dos meses de observación, el 80% correspondían a los segmentos: de "farándula" e "internacionales". En estos espacios se menciona a las redes sociales como generadoras de información.

En "Gente" se habló de la vida de los famosos, cantantes no solo del extranjero, sino también de Ecuador.

Por otro lado, las presentadoras de este espacio promocionan su dirección de Twitter.

En "Internacionales" al igual que en los periódicos, se han presentado temas de política relacionados a los presidentes de Venezuela, Argentina, EEUU y otros, quienes también utilizan sus redes sociales para llegar al público. En el caso de Hugo Chávez, a través de su página de Twitter anunció más expropiaciones.

El 17 de diciembre del 2010, Ecuavisa cumple un año de haber creado su cuenta en las redes sociales de "Twitter" y "Facebook".

Otro de nuestros medios de estudio, Diario Expreso, también publica noticias relacionadas a los políticos y su página de Twitter, además de convertir a las redes sociales como tema adicional dentro de sus secciones.

La mayoría de estas notas, casi en un 60% son publicadas por la redacción digital, es decir que son noticias que surgen en el día y que no se publican en la edición impresa del periódico sino que "alguien" en la redacción del diario las coloca en internet.

En una nota publicada en la página web del diario el 3 de Octubre de 2010, se informa que la presidenta argentina Cristina Fernández de Kirchner justificaba a través de la red social Twitter el refugio al ex guerrillero chileno Galvarino Apablaza. Expreso simplemente transmitió esa noticia que surgió en dicha red y no la alimentó con otras fuentes.

De esta manera resulta importante determinar en qué momento los medios de comunicación empiezan a dar protagonismo a los usuarios de estas redes, a la conversación que se genera en estos sitios web para luego colocarla en los medios, y cómo las redes sociales se convierten en fuentes y generadoras de información.

Nuestras conclusiones serán el resultado de un proceso de estudio en el que los principales protagonistas son profesionales vinculados con el fenómeno de la información en la red.

# ENTREVISTAS

**Entrevistado: Julio Páez**

**Cargo: Jefe de Contenido TELEAMAZONAS**

**¿Qué cambios le han significado el auge de las redes sociales (twitter y facebook) en el trabajo periodístico y en el medio de comunicación?**

Nos ha obligado a tener mas y mejor información y sobre todo actual.

**¿Es posible que las redes sociales hagan el trabajo de los periodistas más eficiente o al contrario podrían perjudicar la investigación?**

El beneficio de las redes no es su fiabilidad, sino mas bien la rapidez con la que fluye y difunde las información, en cuanto a su pregunta generalmente a nivel noticioso quienes la generan son los mismos periodista, a los que se les hacer retweet.

**¿Es ético que los periodistas publiquen información que aún no ha mostrado el medio en el que labora?**

En nuestro caso, trabajamos con nuestros periodista de la mano, ellos publican o twitean algo con copia a la cuenta del Teleamazonas, pero si lo hacen solo por su cuenta también es valedero, a estas alturas no nos podemos arriesgar las vestiduras de quien lo dijo primero, la labor es informar.

**¿Sería prudente que un reportero publique una noticia exclusiva por las redes sociales?**

Es subjetivo, depende de la información

**¿Qué criterios debe manejar el periodista al momento de subir información a las redes sociales?**

Por lo general no manejan juicios de valor, lo que hacen es informar de hechos que estan sucediendo. Ej el presidente hace su llegada a la corte suprema, solo es informar su labor, los jucios de valor van por otro lado.

**¿Se pueden utilizar las redes sociales para las coberturas en tiempo real? O sólo luego de que el medio ha publicado la noticia?**

Por lo menos nosotros no nos hemos visto obligados a hacerlo, lo que si hemos hecho es vía Skype entrevistas o mostrar imágenes en directo desde algún lugar on line, como en el caso de alerta de tsunami que tuvimos debido al terremoto en Japón.

**¿Cómo pueden ser explotadas las redes sociales para informar a los usuarios?**  
Simplemente usándolas de manera frontal, criterios y con información veraz

**¿Usted considera a las redes sociales (facebook y twitter) como una fuente de información dentro de su trabajo periodístico?**

Así es, como lo dije anteriormente la información fluye muy rápido y uno con el tiempo aprende a quién seguir o a quién creerle.

**¿En qué momento del trabajo periodístico, utiliza las redes sociales?**

Nosotros mientras estamos subiendo información a la web, los periodistas mientras realizan las coberturas

**¿Confía usted en la información que se publica en las redes sociales?**

Todo depende de quien venga la información, no todo lo que se publica o twitteo es cierto o real, ahí viene saber a quién seguir

**¿Las redes sociales, los dispositivos móviles y las diversas formas de conversar con la audiencia, le ofrecen a los periodistas nuevas formas de realizar las coberturas en el momento mismo en que ocurren los hechos?**

Así es, es de lo que hemos venido conversando.

**Entrevistado: María Fernanda Pazmiño**

**Cargo: Administradora de la Página Web TELEAMAZONAS**

- 1. ¿Cuál es la función del departamento digital? En caso de no existir este departamento, podría explicar quien o quienes forman parte del equipo encargado de la página web del canal.**

La función es administrar la página web de Teleamazonas, ingresar contenido, dar mantenimiento, y realizar update a la misma.

- 2. ¿Ustedes manejan lo que son las redes sociales en el medio?**

Cada vez que agregamos una nueva noticia a la página por medio de esta, agregamos esta información a las redes sociales Facebook y Twitter.

- 3. ¿En qué sentido cree que afecta la inmediatez de las redes sociales, incluso, de subir información a la página web del medio?**

Bueno antes no había tanta necesidad de información inmediata, como lo hay en estos momentos debido al incremento del usos de redes sociales, esto a lo que nos lleva es a tener al día a nuestros seguidores y visitantes, para que tengan, a mano la información del momento.

- 4. ¿Considera usted que las redes sociales logran atraer a los lectores jóvenes?**

Claro está demostrado que quienes más usan estas redes sociales son jóvenes.

- 5. ¿Cuánto tiempo tiene de creada la pagina y la cuenta en Twitter?**

Exactamente fue creada el 7 de diciembre del 2009

- 6. ¿Cómo manejan las redes sociales, que va que no va?**

Solo ponemos noticias que se generan en noticieros, programas de opinión y farándula del canal, y si es necesario información del momento de cadenas como CNN, NT24, Caracol, etc.

**7. A usted como periodista, se le hizo difícil manejar esto de las redes sociales**

Bueno no soy periodista, soy Ing. En medios, pero no se me ha hecho difícil el manejo de estas redes.

**Entrevistado: FRANCISCO POVEDA**

**Cargo: Jefe de redacción digital (en tiempo de estudio)**

**1. ¿Cuál es la función del departamento digital?**

En mi empresa el departamento digital tiene dos funciones: La una encargarse de la actualización de la web del diario que son seis informativo y uno de clasificados, promociones y publicidad y mantener informada a la mesa de redacción sobre los hechos que acontecen en el país con el departamento de monitoreo, entonces, esas son las dos funciones básicas que cumple el área digital.

E: O sea monitorea los diferentes medios y actualizamos las páginas y todos los canales digitales.

FP: Ahora sólo estamos trabajando con la Web pero vamos a entrar con el paper, con ipad.

E: Mantienen una relación constante con el departamento de redacción?

FP: Sí estamos conectados.

E: Un artículo que sale en la redacción digital, lo ven en la página web, quién decide si va impreso o no en el diario?

FP: Todo depende de cómo se den las cosas. La primera página de nuestra página web es la edición impresa. Todo lo que está en la página impresa tú lo vas a ver en la web en algún momento.

Durante el día si nosotros recibimos una información relevante, que vale la pena ser publicada, en caso contrario, no la publicaríamos. Por ende si es una información importante en el diario la va a tener el día siguiente. Lo que

nosotros de una manera hacemos es alimentar y retroalimentar a la red, sabes pasó esto en tal parte cogen esa noticia y la amplían y sale al siguiente día.

## 2. **¿Ustedes manejan lo que son las redes sociales en el diario?**

Nosotros manejamos redes sociales, Youtube y Twitter

E: ¿Qué es lo que colocan en esas redes?

FP: Por ejemplo ahora lo que estamos haciendo es colocando los videos que pasan los visitantes, las personas que nos leen, los videos promocionales de nuestros productos, como por ejemplo el video promocional de la chica lunes sexi. Usamos Youtube para poner los resúmenes de las conversaciones, de los chats que hacemos los viernes, cuando ha habido un súper grande cuando hubo el accidente en la vía perimetral, una persona nos facilitó la información.

En el caso de Twitter es más utilizado para promocionar estas notas que están en la página, lea quién se cayó de la cama, ingrese a y conózcalo. Son artículos del diario, básicamente. Impreso o en la web, o artículos que hemos actualizado durante el día, adicionalmente nos permiten las redes sociales nos permiten promocionar las cosas que vamos a sacar al día siguiente. Vamos a promocionar la familia Anderson que es un transexual que lo comenzamos a promocionar desde ayer, la gente mira, conoce,

E: ¿Es información de qué?

FP: Es información impresa. La promocionamos ayer porque salió hoy. Ahora el Twitter nos sirve para promocionar con mayor celeridad. Muchas veces lo que hace es mira, se cayó un amigo en el oriente, tenemos el dato, pero no tenemos toda la información en el Twitter se cayó un amigo en el Oriente, noticia en desarrollo. Tenemos a la gente pendiente e informada. Está pendiente de lo que va a salir y está informada en ese momento. Cuando se dieron los hechos del 30 de Septiembre, nosotros no íbamos a transmitir, era más rápido en Twitter decir cerraron las calles aquí, están robando acá, los policías hacen tal, lo sacaron al presidente.

E: Y esa información de dónde la obtuvieron, de los mismos Twitteros o de dónde

FP: de Ahí hay dos tipos de fuentes, mejor dicho tres tipos de fuente: La una, los periodistas de la redacción impresa, como nuestro departamento es muy pequeño, todavía, los periodistas de la redacción impresa son los que están en la calle, nosotros los llamamos a ellos, para que nos den información, o ellos nos llaman y dicen, mira, está pasando esto, y nosotros Twitteamos con la información que nos dan, esta es la primera fuente de información, la segunda fuente de información son los canales de televisión, los otros medios, todos lo hacemos, todos los buscamos y el que diga que no lo hace es mentira, de otros medios porque si está pasando algo en vivo por ejemplo la CN, yo puedo Twittear lo que está haciendo la CN porque no todo el mundo está viendo la CN y el tercero es los Twitteros, es la gente, que aporta y dice mira, están robando en tal parte, o hubo una balacera en tal parte, sí tomamos muchas veces eso, pero demora un poquito más porque tenemos que confirmarlo, no podemos lanzar y decir balacera en la Kennedy Norte sin decir que en realidad pasó eso, es decir que tenemos que confirmarlo.

E: ¿Cómo confirman la información?

FP: A través de los periodistas. Por ejemplo si se trata de una balacera, se monitorea la frecuencia de policía para saber si hay o no.

E: ¿O sea el diario no

FP: No porque puede afectar la imagen del diario.

E: ¿Qué criterios utilizan para seleccionar una noticia digital, son los mismos que utilizan son los criterios que está en la redacción?

FP: ¿Estamos hablando de estilos o de criterios informativos?

E: ¿Cómo se maneja el texto de un redactor digital?

FP: En cuanto a textos, en cuanto a estilos son muy diferentes, por ejemplo si hablamos de una noticia, se inician los bombardeos en Libia, lo máximo que podemos redactar son cuatro párrafos, no más de eso, incluso son muy concisos, el papel como tiene espacio, permite y maneja otro tipo de estilos.

E: ¿En cuánto al departamento, cuántas personas lo conforman?

FP: Nuestro departamento digital actualmente lo conforman, tres periodistas digitales, cuatro operadores digitales

E. Dentro de los periodistas digitales hay algunos que salen a monitorear

FP: Ahora no lo estamos haciendo, porque como te decía somos un departamento muy pequeño, los periodistas están aquí, lo que hacen es sondear, monitorear. Lo que hacen es subir información a la web. Pero en cuanto cambien las cosas a muy corto plazo, sí, ya que nuestros proyectos salgan tal vez hacer a una entrevista, hacer reportajes audiovisuales, que es hacia donde nosotros estamos apuntando.

**3. ¿En qué sentido cree que afecta la inmediatez de las redes sociales, incluso, de subir información a la página web del medio impreso, porque por ejemplo en EE.UU ya no se lee tanto el periódico impreso , se lo lee en la web, de qué forma usted cree que esto afecta**

FP: Hay un chiste que dicen y es que el periódico nunca va a desaparecer porque no puedes matar una mosca con un computador, y creo que es real, tal vez, en países como EE:UU, Inglaterra, Francia, que son países del primer mundo, donde existe Internet, donde, mas tecnología, existe una cobertura mucho más amplia donde existen recursos económicos, para obtener dispositivos que te permitan leer los diarios, si hay esa situación puede tomar un mayor esfuerzo, pero en países como el de nosotros donde hay gente que se compra un Blackberry, pero no tiene donde activarlo, no tiene plan, pero no tiene Internet, donde tú vas a cada esquina y hay cyber porque la gente no tiene computadora ni equipo de Internet en su casa, tú no vas a un cyber a ver un periódico, tu vas a un cyber a chatear a ver un correo, actualizar el facebook, pero no vas a leer un periódico, entonces creo que las futuras generaciones se inclinan más a lo digital, por ahora no veo que estemos amenazados, al menos Ecuador, el papel no está amenazado.

**4. ¿Considera usted que las redes sociales logran atraer a los lectores jóvenes**

FP: Sí, definitivamente, tenemos que recordar que quienes realmente utilizan las nuevas tecnologías al menos en nuestro medio son los más jóvenes. Si hay personas noveleras mayorcitas que se meten pero la mayoría son

jóvenes y eso es bueno porque no solo se conectan con el área digital sino con la impresa.

**5. ¿Cuánto tiempo tiene de creada la pagina y la cuenta en Twitter?**

FP: La página Facebook el front page tiene más o menos como año y medio en expreso y Extra. Pero como hace un año le comenzamos a dar más fuera. La cuenta del Twitter, Expreso tiene poco más de un año a nombre de Editores Expreso y la de Extra, tiene más o menos unos seis meses.

E: ¿Ustedes manejan esas páginas?

Nosotros los manejamos, ahora estamos metidos en un plan donde los que están a cargo del área impresa también comienzan a twittear, ya que tienen información de primera mano, estamos tratando de acoplarnos con ellos todavía.

**6. ¿Cómo manejan las redes sociales, que va, que no va?**

FP: Nosotros tenemos una regla, todo lo que publicamos en la página web tiene que ser subido al Twitter. Todo. Mira, una persona que está con su teléfono, tiene su cuenta en Twitter, lo que tiene es a un amigo que le está diciendo en tal parte está pasando esto. Si te interesa lo revisas y lo lees, sino lo dejas pasar. Nosotros tenemos que ofrecerles a nuestros lectores toda la información posible para que ellos puedan discernir y elegir que quieren saber, que quieren leer, que es lo que les interesa. Estamos dando espacios con la noticia de Humberto Mata ayer, la mayoría de las personas comenzaron a Twittear o a escribirnos, los convertimos a ellos en protagonistas de la noticia.

E: En el diario se publico lo que Twitteaban

FP: No, mas bien lo que comentaban, ayer con la noticia de Humberto Mata lo que sirvió la noticia fue para que la bola se corriera. Que es lo que hacia la gente, y te lo digo porque yo me encargue de eso ayer, tu como Kristel lo que hiciste fue ver la nota y retwittear, entonces la persona lo que hizo fue leerla y

comenzó a comentarla, entonces a través del Twitter lo que nosotros hacemos es que la persona lea la nota y fue la nota más leída ayer

E. Entonces, las opiniones de esta noticia fueron las que se escribieron en la Web

FP: Lo que pasa que en el Twitter son ciento cuarenta caracteres tampoco puedes opinar mucho

E. Entonces que hacen

FP: Los revisamos, no pasamos nada sin el filtro. Puedes Twittear pero no ponemos todo porque es un comentario tuyo, tú puedes decir de todo a este señor, pero yo me reservo el derecho a publicarlo. Ayer nos decían muchas cosas que son publicables e irrepetibles. Algunos hacían comentarios Oh, qué vergüenza o por el estilo, sin embargo algunos decían cosas de muy grueso calibre que no podías ponerlo. Por ejemplo una persona pone, no sabía que le gustaban los hombres, pero algunos con el debido respeto hacían alusiones sexuales, entonces, esas cosas no la publican. Y por ejemplo decían qué pasó con Carla Sala, eso sí podemos poner, pero hay cosas que no se pueden ni mencionar.

E. Y eso lo ponían, si lo aceptaban como comentarios dentro del Twitter

FP: Eso sí, está bien, puede seguir. Eso se ve reflejado en tu página y en la página de la persona que te está siguiendo. Pero yo no sigo a personas. Si tú como Kristel haces un comentario en mi página, se va a ver lo que comentaste, tu puedes poner en tu pagina lo que quieras, yo no voy a permitir en mi pagina todo lo que comentes, tú me sigues pero yo no te sigo.

Seguimos a otros medios como la Universal de Venezuela, a CNN, a Tiempo de Bogotá porque son medios de comunicación que van a dar información.

## **7. A usted como reportero, periodista, se le hizo difícil manejar esto de las redes sociales**

Es complicado al inicio porque antes de ser editor digital fui periodista, de los que salían a las calles, hacían cobertura, trabajar, llegaba a las cuatro de la

tarde a escribir, porque a las seis tenía que estar el trabajo, si estas acostumbrado a trabajar de esa manera es un poco difícil salirte de esa costumbre, que es lo que pasa ahora, la mayoría de los periodistas están acostumbrados a eso, yo estoy programado para cumplir esta rutina, pero cuando estamos con una tendencia, que es que la tecnología no es la que te va a abordar, tienes que aprender a surfearla o hundirte, el periodista tiene que surfear en la ola tecnológica. Tienes que meterte a trabajar con Twitter, tienes que meterte a trabajar con Facebook. El 30 de septiembre a nosotros se nos cayeron las paginas, la mayoría de los medios de comunicación tuvieron problemas con sus páginas, la mayoría se cayeron, si tu veias el Universo, El Comercio, Hoy, Expreso, Extra, la mayoría estaban abajo, porque fue tal la cantidad de personas que ingresaron a la web que querían informarse, mas cuando teníamos a los medios de comunicación cerrados y censurados por el gobierno, que la gente comenzó a apostar por Internet. Si tenemos una página web que se nos cae porque tenemos muchas visitas, que nos queda, nos quedan las redes sociales, todos los medios comenzaron a informar a través del Facebook, a través del Twitter y la gente comenzó a responder porque esperaban eso, algunos no lo esperaban, pero así mismo comenzaron personas a decir si quieren mantenerse informados lo que pasa en Ecuador sigan al Expreso, Universo, y comenzaron a enviar esos tweets y eso nos benefició a todos porque todos comenzamos a tener más seguidores. Porque ahora nos siguen. Hasta antes del 30 de Septiembre, yo veía que una o dos personas nos seguían, no tenían mucha acogida después del 30 de septiembre diariamente hay cincuenta, sesenta que te comienzan a seguir, y que el numero comienza a aumentar todos los días.

E. Usted considera que un hecho de tal magnitud hace que las personas se vuelquen a las redes sociales.

FP: Claro que si, el 30 de septiembre se confirmó que las redes sociales son instrumentos que llevan al periodismo digital.

E: ¿Cuál es la necesidad si yo como reportera o periodista se manejar las redes sociales por qué necesitaría un operador de tecnología?

FP: Porque tienen diferentes responsabilidades. El periodista digital tiene que actualizar la página, los operadores digitales (por lo general trabajan en la tarde) son quienes se encargan de subir toda la información impresa a la web y ellos no son periodistas, bueno en mi caso si tengo dos periodistas. Los tengo ahí porque mi idea es automatizar un poco más los procesos para que esas dos personas pasen a la redacción digital, para de esa forma fortalecer la parte periodística y quedarme sólo con 2 operadores.

E: ¿A qué llama Ud. Actualizar la página?

Tu por ejemplo lo que ves en la mañana en la página web de Expreso y Extra es literalmente lo que está publicado en el diario impreso. Durante el día nosotros actualizamos la página, es decir ponemos información del momento.

E: Y eso si lo escribe el periodista y lo coloca en la página.

FP: Efectivamente.

Hay una sección de última hora lo que vas a encontrar ahí es información que el departamento digital ha ido actualizando en la mañana y en la tarde.

E: ¿Esa información la firma el redactor digital?

FP: Depende, si él la produjo, si el obtuvo el dato sí. Muchas veces se toman diversos datos de varias páginas o incluso de agencia, en ese caso se firma Agencias – Redacción Digital o Redacción Expreso si lo escribe alguien del diario impreso.

E: ¿Se encontró con algún obstáculo al formar parte del departamento digital?

FP: Un montón, primero porque como no tenemos una redacción propia en internet, tenemos que depender de los periodistas del impreso. Me refiero con esto a que no siempre el periodista del área impresa está preparado para aportar con la redacción digital. Cuando nosotros empezamos a trabajar y es parte de la idiosincrasia de todo el mundo no sólo de los periodistas. La gente que está contratada para escribir el periódico impreso está contratada y preparada sólo para hacer eso, entonces cuando tú los comienzas a llamar para pedirles información o que la escriban ellos se niegan porque dicen eso

es escribir dos veces la misma nota y dicen no qué pereza, no me da el tiempo. Ese fue el principal problema con el que me topé al llegar a la redacción. He tratado de cambiarles la mentalidad a los periodistas para que comiencen a pensar que no se trata sólo de escribir para diario impreso sino que somos un medio que tenemos presencia digital y que debemos escribir también acá.

Entonces tenemos periodistas que ya comienzan a escribir para la web, nos envían las notas hechas, pero hay otros a los que tenemos que perseguir para que nos proporcionen la información.

Otro problema fue que no tuve la capacitación adecuada para ocupar este puesto. Cuando estás en la universidad, bueno hoy en día hay especializaciones, pero cuando yo estaba en la universidad, tú obtenías el título de periodista o licenciado en comunicación. Tienes que comenzar hacer camino al andar. Hoy en día que ya hay periodismo digital, que es completamente distinto, las universidades se preocupan por este tema, pero no puedes sentar a un muchacho que recién comienza a tener experiencia en el periodismo a hacer esto, porque si va a estar al tanto de la nueva tecnología pero un estudiante que sale de la universidad no sale directamente a escribir, porque tiene que aprender, tiene que adoptar el estilo del periódico. Tú puedes decir si yo sé escribir porque tengo diez siempre en redacción pero llegas al diario y el editor te dice esto no va, esto no está bien escrito, no esto no sirve, mejor dale la vuelta y pon esto de acá. Una cosa es como nos forman en las universidades y otra es como se forma uno en el trabajo.

Yo hice un diplomado en la UTPL ahí recibí periodismo digital, me puse al tanto de las redes sociales. Con el paso de los días aprendí a dominar las redes. La universidad me dio pautas de cómo manejarlas.

E: ¿Un periodista actual debe saber de periodismo digital?

FP: Depende de lo que esperas del periodismo. Si esperas escribir románticamente y después de unos años retirarte a la playa y escribir un libro, entonces no será necesario aprender esas herramientas, pero si un periodista quiere triunfar hoy en día, mantenerse al día, cotizarse bien en los medios de

comunicación, en el mercado laboral en general, debe definitivamente saber cosas de periodismo digital, es importante, es primordial.

Por ejemplo Pablo Coello, Gabriel García Márquez, o ellos twitteen o tienen personas que los ayudan a hacerlo. Ellos han entendido que es muy importante estar en internet.

Un periodista debe saber de web, de edición de audio y video, porque así trabajan ya el periodismo de ahora es distinto, no es como el de antes. Hoy buscan un periodista que sea periodista, fotógrafo y productor. Antes a los corresponsales eran un periodista y un fotógrafo ya no es así.

E: ¿Por qué cree usted q es importante una redacción digital en un medio de comunicación?

Porque hoy en día ya es necesario, antes se pensaba que la ola tecnológica estaba lejos y que no era importante el internet. En la actualidad tiene éxito el medio de comunicación que es multiplataforma, me refiero a que tienes el diario impreso para tu público en la calle, tiene la página web para el público que navega en internet, tienes cuenta en las redes sociales para aquellos que les gusta estar metidos en Facebook y Twitter.

Nosotros también enviamos información a través de los celulares, tenemos un convenio con una empresa y todos los días pasamos tres o cuatro titulares dependiendo de la importancia de la información y esa información llega al teléfono del usuario a través de SMS.

Esos titulares que enviamos dependen del periodista del área digital. Yo entro todos los días a la reunión de los editores de la mesa de redacción impresa y por ejemplo si es un día en que viene el presidente, estamos pendientes de lo que dice para enviar esa noticia, me dicen twittea eso, mándalo como titular.

Para esas decisiones tienes una cabeza pero la idea es que no solamente sea el editor quien lo haga, sino que tengas a personas trabajando contigo que estén preparadas para hacerlo.

Yo no siempre estoy pendiente de la página pero si lo están los periodistas digitales. En la mañana un redactor digital envía los titulares, al medio día es otro y en la noche otro y lo hacen bajo su criterio. Obviamente si tienen una

duda de importancia o de noticia polémica, me consultan, caso contrario lo hacen ellos solamente.

Para ser periodista deben tener criterio.

**E: ¿Pueden tomar como fuente lo que dicen las redes sociales?**

FP: La idea es que todo hecho sea verificable, deben investigar la procedencia del hecho, deben confirmar el dato, si no lo hacen no confirman la información el medio pierde credibilidad. La gente no te va a seguir, las redes sociales generan información pero deben confirmarla.

**E: ¿Han publicado alguna nota que haya surgido de quejas de servicios (CLARO) en las redes sociales del medio?**

FP: En el diario no publicamos notas que no sean contrastadas. Si 100 personas nos comentan que CLARO tiene una mala señal, yo no subo la nota hasta que la empresa se pronuncie sobre el tema. Es un principio básico del periodismo ya sea en el periódico impreso o en los medios digitales.

Se debe contrastar con la contraparte sino es noticia no sale.

**E: ¿Cómo es la interacción entre el diario y los twitteros?**

FP: La relación es muy íntima, muy estrecha, ellos se sienten muy bien. Ellos opinan, se sienten protagonistas de las noticias, a veces informándonos de algo o sencillamente opinando o participando.

No aceptamos malas palabras, no publicamos insultos. Esas groserías se eliminan. En ese caso tengo la potestad de decidir que se publica y que no. Debe haber un departamento de moderación porque esto quita tiempo.

**Entrevistado: GUILLERMO LIZARZABURU**

**Cargo: Editor encargado (en tiempo de estudio)**

**E: ¿Por qué cree usted que un medio se vea en la necesidad de crear un departamento digital?**

GL: Bueno yo creo que eso no es de ahora. Los departamentos digitales llevan funcionando unos 15-20 años por el creciente número de usuarios de

internet. Esto permite tener un número mayor de lectores, en el impreso tal vez como tiene un costo es difícil para algunos sectores adquirirlo. A veces es más fácil vender un computador y sentarse a leer el diario ahí en el tiempo que uno quiera, yo considero que eso ha obligado a ir con esta tendencia digital que está en todo el mundo.

Esto también ayuda atraer lectores jóvenes que son quienes están creciendo en una era digital.

Considero que la web no es rentable para muchos periódicos, sobre todo en Ecuador, pero lo tenemos porque es un canal para informar y porque puede hacer que esos usuarios que nos leen en internet quieran en algún momento suscribirse al medio impreso.

E: ¿Usted cree que las redes sociales ayudan en el trabajo del periodista o pueden perjudicarlo?

GL: Yo creo que si hay un manejo responsable no hay ningún problema. El único inconveniente sería que pasen mucho tiempo mirando el Facebook o actualizando el Twitter y nos olvidemos que nosotros somos periodistas que tenemos que hacer buenas noticias, reportajes con datos estadísticos que tengan testimonios, que las fuentes estén contrastadas.

Si los periodistas que están en la redacción del diario impreso se dedican más a estar metidos en las redes sociales se corre el riesgo de caer en lo superficial, no se profundiza en los temas tratados sino que solamente se toma en cuenta lo que dicen estas redes sociales. La profundidad del periodismo no se encuentra en ellas.

Las redes sociales únicamente dan datos de alerta, pero el periodista tiene que contrastar lo que se dice en ellas y llevarlo a un plano más serio.

E: ¿El periodista puede ser una fuente de información en estas redes sociales?

GL: El periodista puede ser una fuente de información a través del Twitter más que en el Facebook porque este último es más personal.

En el Twitter hay instituciones públicas que colocan información de lo que realizan o dicen los ministros. Hay políticos que a través de esta red social

manifiestan lo que piensan y eso es importante también para un medio porque se comunican y refuerzan sus posiciones políticas.

Por otro lado, Facebook forma debates sobre ciertos temas.

**El Twitter es una red que puede ser de consulta para el periodista. Aquí hay información más valiosa que el Facebook.**

E: Cuando los periodistas redactan las noticias para el diario impreso utilizan los tweets que hacen las instituciones públicas, específicamente los ministros. Qué hace el periodista en ese caso contrasta aquello que dicen o simplemente colocan lo que anuncian en esta red.

GL: Normalmente esa información va dentro de un contexto. Por ejemplo algo que anuncie la ministra Nataly Cely pueden ir como un breve, pero por lo general esa declaración va dentro de un contexto.

El hecho de que un ministro twittee sobre sus gestiones son datos válidos para el periodista, pero todo se contextualiza, además de que no podemos colocar todo el tiempo una noticia sobre cada cosa que dice el ministro en su cuenta de Twitter.

Lo que nosotros hacemos es valorar la información que hay, si es necesario la colocamos como breve de lo que ella dijo, si la noticia es importante la contrastamos y le damos un contexto, complementamos esa información que tenemos con otras fuentes, con los involucrados en el tema, pero no es algo que se publique todos los días (lo que dicen los ministros)

E: El periodista es el filtro o el editor de ese tipo de informaciones.

GL: Definitivamente el periodista es el gran filtro, el editor es el último filtro. El editor lo que hace es darle elementos que le ayuden a contextualizar las noticias. El periodista debe tener criterio.

E: ¿El periodismo debe ir de la mano con las tendencias digitales?

GL: Sí porque por ejemplo en otros países las redacciones impresas están muy conectadas a las relaciones on line.

E: ¿Cree usted que las redes sociales han cambiado el trabajo del periodista?

GL: Yo creo que no, es que el trabajo del periodista no cambia, lo que hacen las redes sociales son darle más fuentes de información, darle en ocasiones un contexto más real, pero no cambia el periodismo, se mantiene la esencia.

Los que hacemos este oficio hemos practicado y seguimos practicando el periodismo de hace años con un poco más de géneros, con un lenguaje mejorado, pero el periodismo que practicaba García Márquez, es el que todos quieren leer, es un periodismo bien escrito.

Lo que quieren los lectores ahora es simplemente un periodismo bien escrito que te mantenga en la lectura, sin embargo el periodismo no cambia por una red social. Somos los periodistas los que de una u otra forma hacemos que el periodismo sea vivo o muerto, no una red social.

E: A raíz de lo del 30 de septiembre los usuarios se volcaron a informarse en las redes sociales de los diarios, considera usted que los periodistas que están en la redacción pueden brindar información a través de sus cuentas personales, pueden reportear incluso.

GL: Sí porque es su cuenta personal y ahí no está involucrado el diario, pero cuando usted ya escribe para el periódico o en la web de este se debe sujetar a las reglas del medio. En el periódico no puede poner su criterio personal.

Yo tengo todo el derecho del mundo si soy anti correísta de exponerlo en mi cuenta personal pero no puedo involucrar mi criterio en lo que escribo, en la red social sí. Se debe ser profesional en el medio que trabaja, objetivo, es difícil claro está porque todos llevamos una carga emocional, pero hay que hacerlo.

E: Pero quienes lo siguen en Twitter y lo conocen, saben que usted trabaja en Expreso, ellos pueden pensar que sus opiniones se pueden reflejar en lo que escribe en el medio en el que labora.

GL: El periodismo es objetivo esa es nuestra responsabilidad. Nuestro criterio personal debemos decirlo de forma muy responsable.

La gente puede saber que soy anti correísta es mi forma de pensar y lo pueden saber quienes me siguen pero no va a estar reflejado en lo que escribo porque se contrastan las fuentes.

E: ¿Cómo pueden ser explotadas las redes sociales para informar a los usuarios?  
¿Cómo puede hacer el medio para informar a los usuarios?

GL: Lo principal es tener las cuentas que Expreso ya tiene en estas redes sociales o en la página web puede colocar espacios o acoger parte de esa información o comentarios que realizan los usuarios en las redes sociales y luego colocarlo en el impreso también.

Estas son formas en las que el diario se puede adaptar a las tendencias digitales.

El periodista también puede estar informado en las redes sociales, pueden brindarles un panorama más amplio de lo que sucede afuera de la redacción. Yo soy editor por ejemplo y paso más tiempo dentro del diario y lo que hago es enterarme porque mis fuentes me llaman, por lo que veo en la televisión y también lo que la gente que está en la calle dice. Nosotros no podemos estar todo el día en la calle dando vueltas y ver lo que está pasando en la ciudad. Eso se hacía antes, todos los problemas de la ciudad se trataban de colocar en el diario. Ahora la televisión hace este periodismo de comunidad, pero es muy ligero lo que se hace, no siempre contrastan, la víctima termina siendo víctima aunque no lo sea.

El periodista valora la información.

E: ¿Es ético que el periodista publiquen información que aún no ha mostrado el medio en el que laboran?

GL: No, no es ético. Si yo tengo una información y sé que el periódico no me va a dejar publicarla yo la puedo publicar en mi cuenta personal, le hablo desde mi criterio personal. El alma de un periodista debe ser la exclusiva. Los periodistas que tenemos más tiempo en este oficio, lo que pertenecemos al periodismo más tradicional valoramos la exclusiva. Y yo una exclusiva jamás la voy a poner en una red social, se lo prometo, ni se la diré a mi mejor amigo, lo que haré es guardarla para luego publicarla en el medio en que laboro.

Si un periodista no me trae una exclusiva en mi criterio personal está dejando la esencia del oficio.

E: ¿Qué criterios considera usted que debe tener el periodista para subir información a través de las redes sociales?

GL: Yo creo que el criterio de la lógica, el sentido común. Los mismos criterios que tiene un periodista que escribe en la redacción, las mismas reglas; él sabe que debe contrastar la información.

Debemos recordar que hay leyes que rigen el oficio y no se pueden irrespetar. Él sabe cuando irrespeta esas leyes y deja de ser ético o suministra juicios de valor en la información que escribe.

En el impreso no siempre se publica toda la información de la redacción digital porque se actualiza constantemente, no hay todo el espacio para hacerlo porque estamos limitados por páginas, publicidades, entonces lo que hacemos nosotros es valorar la información más relevante y publicarla en el Diario impreso.

El día que salió el Halo Solar eso se subió a la web la gente comenzó a opinar pero ya luego la noticia principal no era que había el halo sino por qué se había formado y después los criterios de los expertos en el tema, si había ocurrido en otros países, la actitud de la gente y sus opiniones, entonces eso fue lo que recogimos en la redacción del diario impresa.

Las redes sociales por ser inmediatas, la información ya deja de ser noticia porque se informa por esos medios inmediatos, en ese caso el periodista del periódico impreso contextualiza esa información inmediata, por qué se genera y sus consecuencias, en definitiva es ver otro lado de la noticia, hacerla más profunda, ver en qué afecta al lector. Lo cual no considero que se pueda lograr en una red social porque incluso es limitado el número de caracteres, además de que la información no se complementa en la red social porque no se tienen varias opiniones ni lo que dicen los expertos por ejemplo o datos estadísticos entonces se pueden producir desinformación.

## **Entrevistados:**

Cristhian Peñaherra coordinador de proyectos

Felipe Martinez editor multimedia

Luis García coordinador de video

### **¿Cuál es la función del departamento digital?**

La empresa titular de elcomercio.com es EDITORES ECUATORIANOS S.A., domiciliada en Madrid-28006 constituida por tiempo indefinido el día 23 de febrero de 2006,

Su función es regular el acceso, navegación y uso de los sitios web bajo el dominio "elcomercio.com" o Sitio Web, así como las responsabilidades derivadas de la utilización de sus contenidos (entendiendo en adelante por "contenidos" los textos, gráficos, dibujos, diseños, códigos, software, fotografías, música, vídeos, sonidos, bases de datos, imágenes, expresiones e informaciones, así como cualquier otra creación protegida por las leyes nacionales y los tratados internacionales sobre propiedad intelectual e industrial).

### **¿Considera usted que las redes sociales logran atraer a los lectores jóvenes?**

Si, pues los contenidos incluidos en elcomercio.com y las redes sociales facilitan su acceso a consumidores o usuarios finales.

### **¿Cuánto tiempo tiene de creada la pagina y la cuenta en Twitter y Facebook?**

En Twitter formamos parte desde el 8 de abril del 2008, y en Facebook el mismo año.

### **¿Cuántas personas trabajaban en ese entonces?**

Se inicio con un grupo de tres personas.

### **¿Cuántas personas trabajan actualmente del departamento web?**

Somos ocho entre redactores, editor multimedia, coordinador, coordinador de diseño web, coordinador de video, diseño web.

### **De ellas, ¿cuántas personas se encargan de las redes sociales?**

Dos personas se encargan de las redes sociales

### **¿Cómo manejan las redes sociales, que va, que no va?**

La primera responsabilidad de las erratas y equivocaciones es de quien las introduce al texto; y en segundo lugar del editor encargado.

### **¿Qué cambios ha aportado las redes sociales Facebook y Twitter al mundo de la comunicación en internet?**

El diálogo directo y fluido. En los sitios web del Grupo, y redes sociales los lectores encontrarán blogs de los periodistas, comentarios en el instante, en los cuales ambos podrán dialogar más directa y fluidamente.

### **En algunas ocasiones, se han publicado noticias falsas o no contrastadas en Twitter y luego se ha rectificado, ¿cómo se debe proceder en esos casos?**

Disponer de un esquema único para la publicación de correcciones, aclaraciones, precisiones y rectificaciones propias y/o solicitadas por cualquier persona natural o jurídica (en función del derecho a réplica o respuesta), sobre los trabajos periodísticos realizados en cualquier producto editorial del Grupo. Con este fin se busca canalizar las quejas, reclamos, rectificaciones y respuestas que se reciben a través de diferentes canales: correos electrónicos corporativos y personales, cartas, llamadas, etc. de una manera ordenada, y seguir un proceso claro, uniforme y expedito para todos los productos editoriales del Grupo

Los encargados de los sitios web del Grupo aplicarán los mecanismos establecidos para filtrar los comentarios y así evitar comentarios ofensivos, injurias o descalificaciones a quien escribe, en función de la Política sobre los comentarios en la web. En ningún caso se publicarán cartas o comentarios de quienes se presenten con seudónimos o no entreguen sus datos completos para registrarse como usuario.

## TIPOS DE RECTIFICACIONES

- a. Rectificación propia: Se publica en un espacio específico (Nuestros errores, en el caso de El Comercio) en cada uno de los productos.
- b. Precisiones y aclaraciones: Publicadas por propia iniciativa en las respectivas secciones.
- c. Rectificación solicitada por terceros: Es la que se publica a pedido de cualquier persona aludida en una nota periodística o que considera que no ha sido tomada en cuenta en la redacción de una nota, cuando se lo debía hacer. Se basa en el derecho constitucional a la rectificación, réplica o respuesta.

**Entrevistado: Rubén Darío Buitrón.**

**Cargo: Editor de información**

**¿Qué opina sobre el resultado del monitoreo, diario el Comercio con el 27% empleando en sus noticias a las redes sociales como única fuente, con un 45% como fuente de apoyo dentro de la producción de las notas periodísticas y difusión del hecho y con un 30% Las redes sociales como referencia para el reportero?**

El Comercio, en este diario el 27% del universo de las noticias que son 118, pertenecen al área de tecnología, muy de cerca con 24% se encuentran las notas relacionadas con el mundo del espectáculo y el 17% son noticias internacionales.

Sin duda las redes se convirtieron en un vínculo entre personas, que permiten el intercambio de información y datos al instante. Sin embargo el porcentaje es mínimo en nuestra redacción de emplearlas como única fuente, pues para nuestros redactores las reglas generales del medio son de cumplimiento obligatorio. Atenerse a estas disposiciones evitará publicar errores en nuestros productos. En las notas debe constar bien claras las circunstancias del tiempo en que ocurre la noticia.

Antes de ser sometida a la revisión de los responsables de la Redacción, la página debe ser revisada y firmada por los responsables de área, incluido el directo gráfico.

**Entrevistado: Diana León.**

**Cargo: Redactora La Revista de diario El Universo**

- **¿Usted considera a las redes sociales (Facebook y Twitter) como una fuente de información dentro de su trabajo periodístico?**

Definitivamente, Las redes sociales son el nuevo canal por el cual los usuarios pueden mantenerse al tanto de las novedades, cambios, anuncios y en este caso, noticias del país que le interesen. De hecho, lo primero que hacen las personas es preguntar si alguna empresa está en Facebook o en Twitter porque de esta forma las actualizaciones le aparecen en su página de inicio automáticamente sin necesidad de tener que estar ingresando a la página web o en Google. La telefonía móvil y el internet han contribuido a que se popularice esta forma de informarse.

Como fuente, las redes sociales son el primer lugar donde nos enteramos de lo que acontece a nivel mundial, sobretodo Twitter, es como tener miles de corresponsales regados alrededor del mundo, testigos de hechos que informan al momento de lo que ocurre y por supuesto esto da la pauta para investigar a fondo y confirmar el hecho. También hay que tener en cuenta que no todo lo que se lee en las redes sociales es cierto, hay muchos rumores que deben ser confirmados. Es solo el inicio de la información.

- **¿En qué momento del trabajo periodístico, utiliza las redes sociales?**

Es un trabajo diario, todos los días las redes sociales deben ser actualizadas para que sean realmente útiles a quienes no siguen, de lo contrario, sobretodo en Twitter las personas dejaran de seguirla porque no aporta nada útil para ellos. NO informa, está inactiva o llega tarde con las noticias. Sin embargo, también se tiene que tener en cuenta que no se debe saturar de demasiadas actualizaciones a los usuarios, ya que se vuelve algo molesto ocupar toda la página de inicio del usuario y también es un motivo para que deje de seguirnos.

- **¿Confía usted en la información que se publica en las redes sociales?**

Como dije, es el inicio para comenzar a investigar. Si nos enteramos que hubo un terremoto al otro lado del mundo, es el momento de comenzar a buscar en los cables de noticias y confirmar la información. Sin embargo, en Twitter existen cuentas muy confiables de organizaciones e institutos que cuidan de que la información que proporcionan sea exacta y confirmada. Hay que saber también en quién se confía.

- d. **¿Cuál es la función del departamento digital?**

Aquí se llama departamento de nuevos medios o internet y allí trabajan las personas encargadas de la página web [eluniverso.com](http://eluniverso.com) su cuenta en Facebook y Twitter y de [larevista.ec](http://larevista.ec). En el caso de las cuentas de Facebook y Twitter de la revista son manejadas por alguien de la misma Revista, no es alguien de internet.

- **¿Por qué es importante el departamento digital en el medio de comunicación?**

Porque vivimos en una generación que ya no se informa solo por el papel, de hecho la mayoría de las noticias se dan primero por internet, no se espera al día siguiente para leer la noticia en un periódico. El internet es algo que muchas personas llevan consigo y se informan en el lugar donde estén y si en este caso un medio de comunicación no tiene presencia en internet perderá lectoría porque los usuarios preferirán seguir a otro medio que sí le informe por internet.

- **¿Qué tipo de información publican en las redes sociales?**

Noticias, eventos, encuestas, preguntas. Todo puede ser lanzado en las redes sociales. Pero las noticias que tendrán más acogida y más comentarios serán las de mayor coyuntura social o aquellas que afecten más a los usuarios.

- **¿Qué criterios utilizan para escribir y subir una noticia a las redes sociales?**

Por lo general en Facebook o en Twitter no se lanza una noticia completa, sino tan solo un extracto o introducción de la noticia junto con el enlace que lo llevará a la página web donde podrá encontrar mayores detalles del hecho e incluso fotografías.

- **¿Cuántas personas trabajan en el departamento digital y cuál es la función de cada uno de ellos?**

Creo que son como 5 en la página web del universo, su Facebook y Twitter y los demás en el departamento de internet le dan soporte técnico y son diseñadores de la página.

- **¿En el departamento de la pág. web hay periodistas que salen a reportear exclusivamente para la pág. web?**

Cada periodista tiene su cuenta en Twitter y por allí informan directamente a la redacción de lo que esté sucediendo (cuando es algo urgente) y en el caso de las noticias más elaboradas se espera a que esté la noticia lista para cargarla en la página web.

- **¿Qué tipo de vínculos mantiene el departamento web con el departamento de redacción?**

Muy cercano, de hecho la redacción de la página web se movió a un lugar en medio de la redacción del diario para vincularla aún más con la redacción del diario.

- **¿Ustedes utilizan y publican la información que aparecen en las redes sociales como Twitter y Facebook? Me refiero a lo que otros reporteros o ministros colocan en éstas.**

No se publica nada exacto. A menos que se los publique como comentarios textuales de los seguidores. La noticia debe ser investigada, elaborada, con entrevistas. Twitter solo es un inicio.

- **¿De qué manera utilizan las redes sociales como Twitter y Facebook?  
¿Con qué fines?**

Es una manera de acercar a los usuarios a la información inmediata y rápida. El Facebook es algo que todos leen y que la noticia te aparezca en tu página de inicio sin mayor esfuerzo es una ventaja para estar informado y para posicionarse a tu medio de comunicación.

- **¿Existe un filtro que canalice la información que publican en estas redes?**

El filtro es directamente el editor del diario y el coordinador de la sección de nuevos medios. Ellos definen muchas veces las noticias que deben ser publicadas. Pero en el caso de partidos u otro tipo de informaciones es directamente el periodista.

- **En materia del periodismo, cuál red social es más importante, Twitter o Facebook?Cuál podría ser más útil para el periodista?**

Definitivamente Twitter. Puedes seguir cuentas de noticieros, de periodistas, famosos, presidentes, funcionarios, alcaldes y gente alrededor del mundo. Algunos los usan con fines personales, pero si se usa para fines periodísticos debes buscar a las personas que te brinden información.

- **¿El crecimiento del periodismo debe ir de la mano con las tendencias digitales (si o no y porqué?)**

Por supuesto, los periódicos a nivel mundial avanzan hacia el internet y en Ecuador no podemos quedarnos atrás. Incluso muchos periódicos son ya netamente digitales como el Huffington Post y otros han desaparecido debido a las noticias en la red. No sé si reemplazará al medio escrito, quizás en nuestro país se necesite que más personas accedan a internet en sus hogares antes de que esto suceda, pero definitivamente es la nueva forma de informarse.

- **¿Se pueden utilizar las redes sociales para las coberturas en tiempo real o sólo luego de que el medio ha publicado la noticia?**

Claro que se puede, para eso son las redes sociales y el internet, para informar al momento, no sirve de nada publicar una noticia que ya está en todos los medios.

**Entrevistado: Fernando Astudillo**

**Cargo: Sub jefe de redacción de diario El Universo**

**¿Cómo ha sido la evolución de las redes sociales en los medios de comunicación?**

Creo que actualmente los medios de comunicación de Ecuador están viviendo un proceso de cambio, creo que cambió un chip que se movió en estos procesos comunicacionales que avanzo a pasos gigantes. Nos dimos cuenta de que se acabó esa comunicación vertical en la que casi con bastante arrogancia el periodismo informaba y los demás sólo escuchaban y consumían lo que decíamos, actualmente participan varios elementos, varias personas en el sistema de comunicación. Hay una multidimensionalidad en el proceso educativo, no estamos hablando de medios que instruyen si no todos los medios que dialogan.

**¿Cuál fue el detonante para que las redes sociales adquieran tanta fuerza?**

Yo creo que el momento mismo del proceso mediático a nivel mundial va cambiando, esa web 2.0. No hay un detonante sino un proceso que tiene que ver con la crisis mundial y económica de los medios del primer mundo...es una cuestión que ha tardado mucho, y creo que si el periodista que no se da cuenta de la importancia de las redes sociales, simplemente está perdido.

## **¿Cuándo y cómo el diario decidió incursionar en las redes sociales?**

En el Universo hubo un momento en que pensamos y decidimos que teníamos que estar en Twitter y Facebook. El Universo ha sido muy audaz, lo conservador que ha sido por muchos años en el papel, se pierde un poco en las redes sociales. Además somos el primer periódico de estar en Twitter (2007) y de los primeros de estar Facebook.

Y estamos trabajando en un proceso que necesita enfrentar nuevos cambios y el que diga que hay una receta clara para entender mejor las redes sociales, es un mentiroso. Nosotros estamos trabajando con la perspectiva de dialogar con la comunidad, pues creemos que las redes sociales tienen que ser una herramienta útil que nos informe si hay oleajes, el precio de las entradas, si va a llover, si hay una calle cerrada, responder al lector. Nosotros publicamos las noticias e informaciones lo que periodísticamente pensamos que son necesarias, sean estas duras, fuertes, sangrienta, farándulas o de deportes, tanto en la web como en el impreso seguimos siendo El Universo, seguimos siendo la única línea con el trabajo coherente que producimos siempre.

Nosotros estamos produciendo contenido en diversas plataformas, una de esas plataformas es el Twitter, otra es el Facebook, otra es un celular con el universo móvil, otra plataforma es el papel no podemos decir que en una publicamos una cosa y en otra otro contenido, publicamos lo que creemos que le puede interesar al público o lo que el público a veces nos pide que publiquemos.

## **Físicamente, ¿dónde está ubicado el sitio web?**

El departamento web, está en el centro de redacción del periódico. El internet esta en el centro de la redacción porque entendemos que ese es el corazón del negocio (para llamarlo de alguna forma). El grupo de internet es el centro de El Universo y cada vez tratamos de entender que es el primer órgano que sale con la noticia, ya no podemos esperar 24 horas para publicar información. Las verdaderas primicias las tienen las redes sociales.

En el periodismo hay 4 velocidades:

- Redes sociales, al momento
- La web, la ampliación de la noticia,
- El papel, el medio
- La investigación, proceso importante

En eluniverso.com trabajamos alrededor de veinte personas entre las personas técnicas y los reporteros que salen a la calle. El proceso incluye entender que trabajamos para buscar y publicar información, no pensar soy de web o del impreso. Sino que somos periodistas y los periodistas producimos contenidos. Tenemos que entender que somos un solo equipo y eliminar la dimensionalidad de que hay una forma para web y otra para el impreso. Lo que hay es diferente forma de comunicar pero con el mismo fin de informar pero con la marca de El Universo.

### **Los reporteros de la web, ¿salen a buscar información?**

Para conseguir la información hay gente de planta de eluniverso.com pero hay gente que sale a la calle y que también reportan y suben información en la pagina, hay quienes también reportean en la web y busca información en web.

Sin embargo, no puedo ser generalizador sin haber hecho un estudio al interior de las universidades, el olfato periodístico me dice que las universidades (facultades de periodismo) no están preparando a los estudiantes para enfrentarse a las redes sociales, porque los alumnos cuando llegan a los medios de comunicación no saben o están perdidos. Este proceso, sin menos preciar a las instituciones, es muy importante y se debe aprenderlo in situ hay que desarrollarlo con la base y la experiencia. Me atrevería a decir que hay aún mayores vacios en las universidades estatales en donde es evidente que la falta de infraestructura es un problema para enseñar este tipo de cosas.

### **¿Periodistas con trayectoria ya usan redes sociales para llegar a su audiencia o son las nuevas generaciones con más interés en estar conectadas a la web?**

Hay temor en el nivel del periodismo que ha anclado procesos antiguos que dicen esto es una novedad nada más momentánea, que una moda pasajera. A mí me gusta ver gente de tu canal que es como Tania Tinoco y a ti te he visto veo a gente en otros canales Diego Oquendo, Carlos Jijón hay una especie de cuando

desconocemos algo lo tachamos y usamos mucho el prejuicio llega un momento en que dicen que es sacarle lo positivo al Facebook o el Twitter. Es o no, una herramienta para buscar información? Es o no, una fuente que nos dice lo que está pasando en gran parte del mundo?. Es una fuente y como toda fuente debe ser cuidadosamente certificada. Pero si hay una fuente oficial, entonces ahí hay información. El colega que no está en Twitter se pierde de saber la noticia. El riesgo es el mismo que el periodismo clásico que es creernos un cuento. Quién ha dicho que en el periodismo clásico no nos venden gato por liebre. Lo mismo pasa en Twitter y Facebook. El primer antídoto es la duda y el segundo antídoto es contrarrestar fuentes.

**Entrevistado: Emilio Carrión**

**Cargo: Director web y social media de ECUAVISA**

**¿Cómo manejan la información que sale en Twitter y Facebook?**

Ecuavisa está dando sus primeros pasos en lo que tiene que ver con la web, ahí está incluido las redes sociales.

El equipo de web es pequeño pero necesitamos tener presencia en redes sociales, por ello diseñamos un mecanismo que consiste en que todo lo que publicamos en la web, automáticamente se publica en el Twitter y luego la información pasa al Facebook esto se hace por medio de aplicaciones y conexiones internas de las redes, es una forma de optimizar recursos y tener presencia en los tres lugares al mismo tiempo.

La meta sería que exista una persona encargada de la web y otra de las redes sociales. Esa es la meta y hacia eso vamos (es decir una persona trabajando en el Facebook, otra en el Twitter y otra encargada de ambas cosas).

**¿Cómo inició Ecuavisa en las redes sociales?**

En Ecuavisa la web empezó en 1997 pero era una página interinstitucional, hablaba de Ecuavisa de su misión, visión y productos. En 2007 (10 años después) se dio un giro que coincidió con los 40 años de la empresa y se hizo un sitio parecido a la

mediateca, donde se tenía información de Ecuavisa de sus telenovelas, de los talentos de televisión, de sus productos, de la producción nacional y programación. Este sitio permaneció 1 año. En el 2008 dimos el giro a lo informativo, ahí empezamos a publicar información de actualidad, economía, política, deportes, noticias del país y de producciones.

### **¿Cómo está conformado el departamento Web?**

En la página web de Ecuavisa el equipo está conformado por 4 redactores, uno por cada área, un diseñador gráfico que también edita los video y el director. Tenemos un redactor de noticias y actualidad, uno de deportes, otro de novelas y el cuarto de entretenimiento que es todo lo que tiene que ver con cine, arte, música, teatro y además todas las noticias de Ecuavisa de nuestros productos (avances y estrenos).

### **Los que trabajan en la *página web* ¿son periodistas?**

Todos son periodistas y tienen formación periodística. Y ese fue otro giro, antes la web se manejaba solo promocionando el producto y ahora no promocionamos productos sino que hacemos noticias de *nuestros productos*, todo está enfocado a hacer noticias.

### **¿Manejan código de ética en las noticias que publican en la web?**

Es vital manejar un código ético porque cuando navegas en la web es fácil adueñarse de ideas y redacción de otros. Por ello nosotros nos regimos por el código de ética de noticia de Ecuavisa, además del digital que tiene que ver con siempre citar las fuentes, no engañar y peor promocionar algo que no es.

### **Los periodistas de la web, ¿buscan información o trabajan con los reporteros que realizan coberturas?**

Trabajamos en contacto con los periodistas del día a día, pero también buscamos información y redactamos siempre nuestra propia forma de comunicación. Nosotros reporteamos en la web así como los reporteros salen a la calle, nosotros hacemos lo mismo en la web. Buscamos información en páginas de otros medios, en páginas oficiales, nos basamos en redes sociales, hacemos llamadas, confirmamos los

datos, les pedimos ayuda a los redactores del canal. Si bien no salimos de Ecuavisa igual manejamos y buscamos información y reportamos a nivel de web.

### **¿Cree usted que es indispensable el departamento web en un medio de comunicación?**

El departamento es importante porque antes se decía que quien no estaba en internet no existía. Ahora eso no está en discusión. Si no estás en redes sociales como marca o empresa no existes.

Los avances tecnológicos cambiaron la televisión de blanco y negro a la de color, ahora todo se confluje y concentra en la web ahí está el video de la televisión, el audio de la radio, y la redacción de la prensa. Por ello la web es una plataforma que está en constante evolución, crecimiento y desarrollo donde todo confluje. Todos los avances de la radio, tv y prensa van a la web, *se mezclan y se potencian*.

### **¿Es importante que los periodistas manejen el lenguaje de la web 2.0?**

Es importante que tengan nociones de web pero también y mucho mas importante es que manejen conceptos éticos, con las redes sociales cualquiera puede ser periodista pero no es así, hay personas que saben de web pero no manejan conceptos básicos de lo que no se puede hacer éticamente hablando.

### **¿Existe aún la primicia?**

Es inevitable que la noticia se conozca antes de que salga en el medio, en este momento ningún periódico, canal y radio tienen una primicia. Todas las últimas noticias están en las redes sociales. El reportero puede dar *esa primicia* en las redes sociales pero como representante del medio y no a título personal.

En este mundo globalizado donde todo es rápido mucha gente da a conocer cosas sin antes informarse bien y nos estamos olvidando de lo básico del periodismo que es contrarrestar las fuentes, confirmarlas y en más de una ocasión ha pasado que se ha hecho público en el mundo información no confirmada y equivocada.

## **En las redes sociales, Ecuavisa, ¿publica todo tipo de información?**

En web tenemos un manual de estilo con el que escribimos como medio en el que registramos ciertas cosas. En la web no registramos crónica roja ni cosas muy locales porque la web es algo mundial.

En Ecuavisa estamos armando un manual de estilo para escribir en redes sociales (Twitter y Facebook) porque en un medio de comunicación no puedes escribir como que si estuvieras enviando un mensaje. Hay un proyecto que está en marcha donde se va a establecer entre otras cosas cómo escribir y qué códigos manejar. La mayoría de los medios ya los han descubierto pero aun están experimentando. En Ecuador es un tema nuevo. Un hecho que marcó esta nueva visión fueron las últimas elecciones de EEUU con Barack Obama, él hizo mucha campaña en Facebook y Twitter y ahí nos dimos cuenta del poder informativo de las redes sociales para comunicar y de igual forma notamos que son una herramienta muy valiosa porque nos permite llegar a todos lados y a millones de personas en el mundo.

**Entrevistado: Rosa María Falconí.**

**Cargo: Editora del sitio web diario El Universo**

**¿Hay alguna diferencia entre la información que sale en el impreso y la que sale en la web?**

No, nos regimos con la misma visión y misión que tiene la empresa nosotros siempre estamos apegados al rigor y el mismo tratamiento que le damos a una noticia que se publique en el impreso, se lo da a la información que subimos a la web y redes sociales. Lo que cambia es el medio pero nuestro negocio es la comunicación y eso tiene que manejarse de la misma manera.

**¿De qué manera ha cambiado el periodismo con la llegada de las redes sociales?**

Con las redes sociales lo que ha cambiado es la rapidez con que nuestros lectores exigen saber la información pero seguimos el mismo proceso, acelerado tal vez pero

igual tenemos que salir o llamamos a contrarrestar las fuentes, para mí las redes sociales son una alerta porque la información completa la subimos a la web o sale impreso, por eso en las redes sociales mandamos a un enlace al sitio web donde ponemos la información lo más completa que podamos. Pero igual nos sirve de alerta pero también nos da la opción de comenzar a buscar fuentes.

### **¿Cómo inicio el tema de las redes sociales en el Universo?**

El sitio web de El Universo comenzó en 1997 al principio poníamos las mismas noticias del diario impreso, solo se subían en la noche. Luego tomamos otras rutas que son las actualizaciones inmediatas. De pronto surgen otras alternativas como llegar a más gente y nos dimos cuenta que la misma información la podemos publicar en el Twitter y Facebook y así más gente está informada. En redes sociales las abrimos en 2009 Twitter y 2008 Facebook. Es un proceso lento, porque al inicio no sabes para donde disparas, la falta de equipo, la limitación de recursos. En todos los medios las redacciones web empiezan de una forma tibia porque aún no te quieren dar mayor apoyo porque la mayor inversión en este caso está en el impreso porque ese es el inicio de nuestro negocio por eso destinamos muy poca gente a la web.

Si en el impreso tienes 80 periodistas, nosotros debemos tener 40 para estar casi cercano a la realidad. Somos otra forma de entregar la información porque la noticia es la misma. Ya sea por teléfono, por web comunicamos igual.

### **¿Cuál es el personal que está pendiente de las redes sociales?**

Tenemos 6 redactores conmigo que soy la editora y cada uno vigila una sección, política, economía, internacionales, deportes, seguridad o cosas de la ciudad. Estamos en el medio de la redacción. Todos estamos conectados, se escucha todo. El espacio permite tener una interconexión porque todos estamos cerca y pendiente.

La importancia de las redes sociales es la inmediatez. En eluniverso.com tratamos de entregar la misma información que entrega el impreso, la noticia tal como queríamos leerla. Es un arma de doble filo en el momento que nosotros subimos una información que no esté debidamente verificada. A veces los lectores son muy

exigentes y cuestionan porque no hay tal o cual noticia, ahí puede ser que nos falló el monitoreo o nos falle la fuente.

### **Los reporteros de la web, ¿salen a realizar coberturas a la calles?**

Nosotros estamos en bases y hacemos monitoreo de radio y televisión y mantenemos el contacto con los compañeros de las calles. Es importante que los que trabajen en el sitio web sean reporteros o periodistas porque nosotros tratamos y hacemos noticias.

Lo que me gusta es que en las redes sociales no hay límites. En la tv hay un límite de tiempo en el impreso un límite de espacio y en redes sociales tienes la opción de dar noticias las 24 horas del día, de escribirlas cada segundo lo único que es limitante es la atención del lector, es decir si te va a leer o no el millón de noticias que a veces se escribe.

Es difícil de convencer a los dueños y es difícil cambiar el esquema y esto es un negocio que tiene que rendir.

**Entrevistado: Paúl Mena**

**Cargo: Corresponsal de la BBC de Londres en Ecuador.**

- 1. ¿Por qué ahora los medios de comunicación se vieron en la necesidad de implementar redes sociales como una forma para llegar a la audiencia?**

Básicamente los medios de comunicación se dieron cuenta de que mucha de su audiencia actual y potencial estaba en las redes sociales.

Todo medio de comunicación en Ecuador y América Latina tiene presencia en Facebook y en Twitter. Esto es porque su audiencia y potencial audiencia está ahí.

En el caso del Facebook 2.5 millones de personas hoy lo tienen en el Ecuador. Ningún medio tiene ese nivel de audiencia, especialmente medios impresos. El Facebook lo que permite es llegar a ese público al cual probablemente de otra

manera sería difícil llegar.

## **2. Pese a que esto signifique que no todos los usuarios tengan acceso a internet, computadoras o teléfonos con internet. Aún cuando la mayoría son de escasos recursos**

Si, la mayoría de personas no tiene internet. Pero ese 18% de la población que si lo tiene es un porcentaje bastante considerable. A través de esos medios se encuentran a todos los líderes de opinión pública, a esos jóvenes que no quieren ver noticias, pero cuando comparten una noticia porque les interesa, están en su propio Twitter o Facebook, distribuyendo esa información.

## **3. ¿El crecimiento profesional de los comunicadores debe ir también de la mano del crecimiento de estas redes sociales?**

Lo primero que un periodista debe entender es que todo lo que se publique en una red social es público. Nada es privado. Al principio nació así, pero hoy todo lo que uno publique, es público. Un periodista y un medio deben saber la manera correcta de usar las redes sociales. Especialmente un medio.

Hay 4 razones por las que un medio utiliza una red social. La primera es distribuir contenido. El medio coloca las mejores noticias en Facebook por ejemplo. O si es un canal que tiene reportajes especiales, los sube a la web. Eso es lo que hacen todos los medios de comunicación que tienen Facebook y Twitter. Sin embargo, no es la única manera, y el problema es que muchos medios, especialmente en el país se quedan ahí.

Lo segundo es interactuar con la ciudadanía. Y eso es lo fundamental. Qué es lo que quiere mi audiencia? Qué temas le preocupan?Cuál es su reacción frente a ciertos temas?

El tercer paso fundamental es recolectar información desde la ciudadanía. Entonces por ejemplo en el caso de los mineros y los terremotos fue muy interesante porque varios medios internacionales como CNN pedían a los usuarios que les envíen sus fotos y su información. Entonces ya no era su corresponsal quien enviaba la información sino que eran miles de ciudadanos enviando información desde todo Chile.

Y la última de las cuatro, es difundir la marca. Si por ejemplo un canal que va a

estrenar un programa nuevo dirigido específicamente a grupos de jóvenes y se transmitirá de 5 a 7 de la tarde, si yo promociono el programa en la red social, este joven que está todo el tiempo en su Facebook, se informará y mirará el programa, es decir que puedo llegar a él por medio de las redes sociales.

#### **4. Quienes forman a los futuros profesionales son las universidades pero estas tienen escasa o nula formación acerca de estos temas. ¿Deberían implementar formación de este tipo?**

Completamente. Uno de los efectos de esto que se llama la web 2.0 que es una web en que interactúas, es la creación de un nuevo perfil profesional. Hoy el periodista debe saber moverse en diversos formatos. Por ejemplo en mi caso que escribo en un medio internacional, yo soy el reportero, el jefe. Si tengo que hacer un texto para la web, que es muy parecido pero no lo mismo que uno para un periódico, lo hago. Si tengo que hacer fotos o videos también los hago. De repente me toca hacer programas para radio y también lo hago. Todo desde diversos programas en mi computadora.

Un ejemplo es un reportaje que realicé desde una cárcel de Ibarra en la que los presos emiten un programa radial todos los jueves. Y es tan exitoso que no solo lo transmite una radio sino seis de la provincia. La idea inicial era hacer un texto con tres fotos de los presos pero cuando fui, vi que hacían shows folclóricos en vivo, poesía en vivo y me di cuenta que esto se prestaba para hacer algo más gráfico. Y especialmente algo que se llama audio slash show que es una transición de imágenes con audio de fondo. Entonces aprendí a realizar fotografías digitales, manejar el audio y todo eso...cuando tuve la oportunidad de entrar a las celdas de los presos que hacían el programa de radio pude hacer las fotos. Luego de culminar mi labor llamé al medio y les dije que no solo iba a ofrecerles el texto con las tres fotos sino que además les entregaría este producto multimedia. Era mucho más atractivo no solo hacer un texto donde se describe que los presos viven en una celda de dos por cuatro y que ahí viven diez personas sino que era mucho mejor mostrarlo...si yo hubiera dicho, no, yo soy periodista de prensa, solo sé escribir, no tomó fotos, no manejo audio, no sé, demostraba que no era un periodista completo. Hoy en día muchos de los medios internacionales están buscando eso, un periodista multimedia.

## **5. ¿Las redes sociales pueden ser consideradas como fuente única, o como fuente extra, cómo deben ser consideradas?**

Bueno nunca como única fuente. El buen periodismo busca varias fuentes que comprueben la información que el periodista ha recopilado. Evidentemente en la internet hay todo tipo de información. Pero poco a poco el periodista va desarrollando esa habilidad de poder detectar y discernir qué es verdadero y qué es creíble. Un ejemplo el día del 30 S yo estuve subiendo información en Twitter y la BBC linkeo mi Twitter a la BBC. Y luego me llamaron varios medios internacionales...muchacha gente twitteo ese día, pero ellos están buscando a este periodista porque la información que él transmite es creíble.

## **6. O sea, se cree de acuerdo a quien uno siga.**

Exacto, ver quien uno es, pero luego ir verificando cosas. Me sirve también como fuente de información. Por ejemplo el día que encontraron a los migrantes que fueron asesinados entre ellos un ecuatoriano, varios medios fueron a esa comunidad a entrevistar a sus familias. Al día siguiente 6 de la mañana me llamaron de Londres para que ubique a un familiar... la verdad hubiera sido muy difícil porque tenía que tomar un avión a Cuenca y de ahí viajar 3 horas, no teníamos suficientes equipos. Entonces busqué algún periodista que haya twitteado ese día y lo contacté para pedirle el número de ese familiar. Así a las 6 y 30 am llamé al contacto y conseguí mi nota. Es un medio para saber qué periodistas están, qué medios, qué dicen y qué no.

## **7. Cuando uno ya tiene su perfil como periodista en Facebook o Twitter, ¿puede publicar opiniones etc.?**

Twitter es público, hay tweets que se pueden bloquear pero yo diría que eso va en contra del esquema de lo que es el Twitter. Facebook es un 60 % público. Entonces es importante definir quiénes están en Twitter y Facebook. Por ejemplo yo en mi Twitter soy un corresponsal y solo pongo información, no opinión, nunca voy a poner que Correa es un pésimo presidente o que es el mejor porque mucha gente de la que me sigue es de otro país y lo que ellos quieren es información. Ellos saben que están siguiendo al periodista. De hecho así está colocado en mi perfil, lo que no está

es el nombre del medio porque lo que yo público no representa las opiniones del medio.

### **8. ¿Códigos de ética?**

Por supuesto, lo que yo sostengo es que un periodista lo es en todo lugar. Cuando se está escribiendo para el medio también se escribe para las redes sociales. Varios periodistas han tomado las redes sociales como un medio de desahogo y ahí colocan sus opiniones, el periodista tiene que entender que está jugando su credibilidad.

### **9. En los medios de comunicación hay departamentos encargados de la web. ¿Es necesario que estas personas sean periodistas?**

En la generación de información sí, porque si uno publica un contenido que no se ha realizado de manera periodística entonces la credibilidad del medio corre riesgo.

### **10. Por ejemplo si Ecuavisa saca 20 noticias diarias, estas 20 deben estar en el Twitter o no necesariamente.**

No todas, solo las más importantes y especialmente aquellas que me permitan entablar un diálogo con la audiencia e incluso que me permitan construir ciertas noticias.

**Entrevistado: Allen Panchana**

**Cargo: Director del noticiero estelar de Ecuavisa**

### **1.- ¿Por qué considera que son importante las redes sociales en el trabajo del periodista?**

Las redes sociales son una herramienta vital: te permiten conocer de eventos, sucesos, hechos de última hora y de primera mano. Testigos empiezan a reportar, especialmente, a través de sus smartphones o teléfonos inteligentes. Gracias a las redes sociales, por ejemplo, hemos obtenido, fotos e imágenes importantes: muerte de Gadafi, accidente de Coactur, entre otros.

## **2.- ¿Las redes sociales son una fuente confiable?**

En las redes sociales también hay mucho farsante y “periodistas” que hacen mucho daño a este oficio. Hay que recordar siempre la regla de oro: dudar. Dudemos de todo. El Twitter no es La Biblia. Dudemos. Todo en periodismo puede ser relativo. Así como podemos desconfiar de un entrevistado cara a cara, desconfiemos de una fuente virtual....La confirmación debe ser clave para los periodistas antes de dar como cierta una información.

## **3.- ¿Utiliza las redes sociales para realizar un tema?**

Sí, especialmente para encontrar imágenes. Por ejemplo, para el sonado caso Poppe de Guayaquil. Las fotos de la joven asesinada las conseguimos de su Facebook.

## **4.- ¿Cree usted que las redes sociales pueden ser consideradas como FUENTE que genera constantemente información?**

Sí, pero todo tiene su límite. Son una fuente, pero hay que saberlas usar. No debemos ser adictos al Twitter o Facebook. Sigue siendo más importante la sabiduría convencional: salir a la calle y buscar a nuestros entrevistados...se consiguen más y mejores datos, y más confianza, viendo a los ojos a nuestras fuentes. Eso será irremplazable.

**Entrevistado: Mariuxi Buenaño**

**Cargo: Directora del segmento Farándula y Gente de Ecuavisa**

## **1.- ¿Por qué considera que son importante las redes sociales en el trabajo del periodista?**

Es importante porque la tecnología avanza y debemos estar siempre actualizados, recurrir a las redes sociales permite mantenernos conectados con el mundo, algo que anteriormente no podíamos hacer.

## **2.- ¿Las redes sociales es una fuente confiable?**

Las redes sociales pueden servir como un apoyo para nuestra información, pero siempre debe ser verificada. No podemos creer en todo lo que se lee, porque puede

haber manipulación en la información. Para evitar caer en estas trampas informáticas siempre es preferible investigar a fondo lo que se expone en la internet.

### **3.- ¿Utiliza las redes sociales para realizar un tema?**

Por lo general, casi siempre me baso en la información que se distribuye, en cuestión de segundos estamos informado de todo lo que sucede en el mundo.

### **4.- ¿Cree usted que las redes sociales pueden ser consideradas como FUENTE que genera constantemente información?**

Es una fuente, siempre y cuando se verifique la información que se transmite a la audiencia. Es una herramienta que podemos usar como Fuente, hay millones de usuarios sobre todo si se trata de personajes que hacen noticia.

# NOTICIAS

# **VARIABLE:**

**Noticias que  
tienen como  
única fuente a  
las redes  
sociales para la  
elaboración de  
las noticias**

**EXPRESO:**

**Jueves, 24 de Marzo de 2011 - 20:43**

**Redacción Guayaquil**

**Conozca qué le ofrece la urbe día a día**

**@quehacer\_hoy la agenda para twitteros**

¿Qué hacer hoy? Es la primera guía guayaquileña que a través de Twitter recomienda lugares para comer, divertirse y visitar en la ciudad. Asimismo publica las ofertas, teléfonos, direcciones y concursos que efectúan los locales.

Tiene menos de un año de creación, por el momento ya cuenta con 8.237 seguidores y hasta ayer había publicado 10.900 tweets.

Esta opción que se encuentra como @quehacer\_hoy permite conocer los eventos del día y las ofertas de bares, restaurantes y discotecas.

Quienes sigan a este twittero tienen la opción de leer el menú de los restaurantes más conocidos de la ciudad como: Duches, Rey de las Ostras, Aquí está Marcelo, El gato portovejense, Panoli, Bokta, Tinta Café, Wingers, entre otros, así como los precios y promociones en cada uno.

Los eventos, presentaciones de artistas y monólogos que se realizan en discotecas o bares como: Canto Bar, Boa Noite, Trinká también son publicitados. Sin dejar a un lado los mejores resorts y hoteles de la urbe. (GEC)

**Martes, 15 de Marzo de 2011 - 22:01**

**Redacción Guayaquil - MAB**

## **El ecuatoriano Javier Egüez vivió horas de pánico y caos en Japón**

### **Testimonio**

Javier Patricio Egüez Guevara, un joven ecuatoriano que reside en Japón, desde hace seis años, contó a EXPRESO, vía Facebook, la experiencia que vivió en el terremoto.

“Soy estudiante doctoral del Tokyo Institute of Technology, en Tokio. Yo estoy bien, pero impresionado por los efectos de la tragedia. Conozco de las pérdidas humanas en el área del desastre. Hay muchas ciudades al norte de Japón que fueron muy golpeadas. Solo en esa zona, los brigadistas de la Cruz Roja Internacional estiman que hay más de 1.000 muertos y heridos. La situación en Japón es un caos. Los servicios del tren todavía no están restablecidos. Yo me encontraba en mi departamento, dispuesto a salir a la universidad a clases, cuando los temblores empezaron lentos. No me asusté porque eso es muy usual en Japón, pero en pocos momentos, estos se intensificaron y comenzaron a sacudir el piso, en ambas direcciones, vertical y horizontal. Rápidamente me refugié debajo de la mesa, y permanecí, ahí, hasta que vuelva la calma. Cuando la tierra dejó de moverse, salí a la calle y me encontré con gente asustada, regresando, a pie, a la casa. La mayoría corría desesperada, entre los postes de luz que estaban inclinados a causa de la fuerza del terremoto. Fueron momentos de mucha intensidad, pánico, y caos. Es lo que puedo contar”.

Situaciones todavía peores vivieron otros ecuatorianos que viven en Japón. Fanny Lourdes Jaramillo Rivadeneira y sus tres hijos permanecieron desesperados, con hambre y frío, desde el viernes, en una localidad ubicada a 60 km de la central nuclear. La Embajada los contactó ayer y cubrió los costos del transporte para que salgan a Tokio, donde está listo un alojamiento.

El compatriota Juan Diego Fonseca también logró salir de la zona donde se encuentra la planta nuclear de Fukushima. Ayer en la noche se le esperaba en Osaka, una ciudad con menores riesgos. Desde ahí volará a México, el viernes.

La ecuatoriana Verónica Jazmín Mero Mero, igual tuvo suerte para escaparse de la pesadilla. Ayer, con la ayuda de los rescatistas, inició el viaje hacia el aeropuerto de Narita, en Tokio, pues sus familiares lograron reservarle un pasaje para que salga del país asiático inmediatamente.

## **EL COMERCIO:**

### **Entretenimiento**

#### **Alicia Machado pidió paz para las 'Chinas'**

**Reuters y AFP 00:00 Viernes 26/11/2010**

La ex Miss Universo venezolana Alicia Machado decidió cancelar su cuenta de la red social Twitter tras la avalancha de críticas que recibió al referirse a Corea del Norte y Corea del Sur como "las Chinas". A través de su cuenta @aliciamachado77, la también actriz y cantante, hizo alusión al ataque de artillería de Corea del Norte sobre una isla surcoreana ocurrido el martes. "Esta noche quiero pedirles que me acompañen en una oración por la paz, que estos ataques entre las Chinas no empeoren nuestra situación", escribió. Tras una avalancha de críticas, la venezolana optó por dar de baja su cuenta y explicó en Twitter que lo hizo por haberse convertido en algo "desagradable". Algunos seguidores continuaron pidiéndole que volviera a la red social. Machado fue la cuarta venezolana en coronarse Miss Universo, en 1996. Su reinado estuvo en jaque tras aumentar considerablemente de peso. El miércoles, la ex candidata vicepresidencial estadounidense, Sarah Palin, también se confundió sobre el conflicto entre las dos Coreas. Durante una intervención en un programa de radio conservador dijo que "obviamente, tenemos que estar junto a nuestros aliados norcoreanos". El conductor la corrigió en ese momento.



## Iniciativa 'Ecuador fantasma' recibió apoyo en Twitter

Tiempo de lectura: 2'37" | No. de palabras: 394

Elcomercio.com

Desoladas calles y avenidas fueron protagonistas ayer de una iniciativa de cibernautas locales. Durante todo el día del censo, cientos de personas aportaron con una imagen de su barrio o ciudad y la subieron a Twitter bajo el hashtag (palabra clave) 'Ecuadorfantasma'.

La idea fue del guayaquileño Guillermo Sornoza, quien se basó en la experiencia de España cuando jugó la final de Sudáfrica 2010. En esa ocasión, los españoles dejaron vacías las calles por ver el cotejo en sus casas.

No había mejor momento que el de ayer para fotografiar al país sin buses, sin tráfico, sin gente. Hubo quienes incluso bromearon con los escasos transeúntes que circulaban por las calles y los calificaron como 'zombies'.

Aquí una entrevista con Sornoza:

### ¿Cuántas personas aportaron con fotos?

En realidad aún no lo sé. Pero a ojo de buen cubero, y en lo que estuve monitoreando el movimiento de Twitter, me atrevería a decir que son por lo menos unas 100 personas. 'Tweets' hay muchos más.

### ¿Qué piensa hacer con este material?

La idea, ahora que veo el tamaño del asunto, es recopilarlas en un solo sitio, donde estén clasificadas por ciudad. Nada más. Si es que en realidad los resultados superasen los números que le indicaba en la pregunta anterior, pues quizá si sería interesante que alguna casa editorial apoye en la creación de un libro, cuya venta vaya destinada a alguna fundación. Ojo que estoy divagando, porque las fotos no son de mi propiedad y mi interés inicial es solamente recopilarlas y mostrar un lado distinto de nuestro Ecuador.

### ¿Por qué medio le llegaron más fotos: por Twitter, correo electrónico, Flickr?

Definitivamente por Twitter. Creo que para las personas era más fácil, sobre todo aquellas con smartphones, tomaban la foto y la twitteaban.

### ¿Esta es su primera propuesta a la gente en redes sociales?

Como tal, sí, con la masificación. En años pasados, concretamente para las elecciones del 2006, levantamos un sitio "comunitario" para el seguimiento de las mismas, llamado 'Ecuadorelige'. Actualmente el sitio está fuera del aire, pero fue una excelente iniciativa a la cual podríamos revivirla quizá como algún observatorio o algo similar. En ese entonces, fuimos como 15 bloggers (lo que estaba en auge en dicho momento) los que llevamos la iniciativa.

**Enlace: Para ver las fotos twitteadas como 'Ecuadorfantasma'**

**El Comercio también retrató la soledad de las calles:**

## **EL UNIVERSO:**

**Martes 29 de marzo del 2011 | 12:59 Gente**

### **Shakira confirma en Twitter su romance con Piqué**

**AFP | BOGOTÁ, Colombia**

La cantante colombiana confirmó hoy su relación sentimental con la estrella del Barcelona FC Gerard Piqué, a través de un mensaje en su cuenta de Twitter.

"Les presento a mi sol... Shak", escribió la estrella sudamericana del pop al colgar una sugestiva fotografía en la que el jugador español la tiene abrazada y ella, sonriente, reposa sobre sus piernas.

Hace dos semanas, la revista Caras-Colombia, del conglomerado de medios Televisa, publicó fotografías de la pareja durante una fiesta de celebración de los cumpleaños de ambos, el 2 de febrero pasado en Barcelona, en las aparecen besándose y que fueron centro de atención de la prensa rosa.

El 10 de enero Shakira había anunciado en un comunicado el rompimiento con su entonces pareja, el argentino Antonio de la Rúa, después de una relación de once años.

**Jueves 02 de diciembre del 2010 Gente**

### **Rubio 'metió la pata' al defender a Machado**

La cantante mexicana Paulina Rubio "metió la pata" esta semana, al tratar de justificar el error que cometió en Twitter, la ex Miss Universo, Alicia Machado, quien confundió las Coreas (Norte y Sur) con China, publicó elcomercio.pe.

Ese medio señala que Rubio, en su afán de salvar a la ex miss venezolana de las burlas en Twitter, pidió "déjenla en paz, todos los japoneses se parecen y China es muy grande".

Después del comentario y al darse cuenta de que se había equivocado, ya que muchas personas empezaron a burlársele en el Twitter, Paulina Rubio borró la

publicación de su cuenta, pero ya era demasiado tarde porque muchos cibernautas la habían “retwitteado” y guardado en sus cuentas para seguir burlándose de las dos famosas.

Todas las burlas contra Alicia Machado empezaron cuando ella señaló la semana pasada en la red social: “Esta noche quiero pedirles que me acompañen en una oración por la paz, que estos ataques entre las Chinas (al referirse a Corea del Norte y del Sur) no empeoren nuestra situación”.

### **ECUAVISA:**

En el noticiero de la tarde el 18 de marzo de 2011 en el segmento Gente se transmitió la noticia de que David Bisbal fue tema del momento en Twitter debido a una equivocación virtual. La presentadora indicó que el intérprete hizo uso del 'hashtag' #orar por Japón dentro de mensajes no relacionados con la catástrofe. El cantante incluyó el mensaje "orar por Japón" mientras comentaba su intención de ver películas en 3D, esto le generó -según el medio- duras críticas por la mala utilización de la red social, además señalaron que los twitteros crearan otro 'hashtag' denominado #orar por Bisbal.

### **TELEAMAZONAS:**

En el noticiero de la tarde el 2 de diciembre de 2010 el presentador de noticias indicó que Fernando Alvarado, Secretario de Comunicación de la Presidencia, había confirmado mediante su cuenta Twitter la muerte del dirigente de Alianza País Galo Naula el presentador cita al Secretario indicando lo siguiente: “Murió Galo Naula, uno de los primeros soldados de la Revolución Ciudadana, paz en su tumba” así lo anunció Fernando Alvarado la muerte de uno de los dirigente del movimiento País.

En el noticiero de la noche el 10 de enero la presentadora de noticias desmintió el rumor de que Facebook desaparecería tomando las declaraciones que hicieron los representantes de la red social en la página. 'Aun cuando parecía inverosímil que el sitio, con más de 500 millones de miembros, pudiera cerrar, los representantes de la red social Facebook desmintieron el rumor en el mismo sitio, “No recibimos el memorando sobre el cierre, entonces vamos a seguir trabajando como siempre”.

# **VARIABLE:**

**Noticias en las que las  
redes sociales son  
fuente  
complementaria y  
contrastada dentro de  
la producción de las  
notas periodísticas y  
difusión del hecho**

**EXPRESO:**

**Jueves, 17 de Marzo de 2011 - 21:27**

**Redacción Guayaquil**

**Redes sobreviven a desastres y alertas**

***Cuando tras una catástrofe dejan de funcionar las líneas de teléfono fijo y las redes de telefonía móvil se saturan, la Internet resulta victoriosa.***

**Giannella Espinoza Cobos**

Una de las pocas cosas que Manuel Silva sacó de la habitación a la hora de bajar corriendo las escaleras del Hotel O'Higgins (Viña del Mar - Chile) donde pasó el terremoto en el 2010, fue su teléfono móvil. Sabía que en un caso así, la red de datos podía ayudarlo en cualquier caso.

Así fue. Este ecuatoriano de 24 años, quien viajó a Chile para presenciar el Festival de Viña, pudo comunicarse a través de Facebook con sus familiares en Guayaquil, dos horas después de la catástrofe.

En el muro de su hermana escribió: "Rafaella estoy bien, por favor avisa a mis padres que logré salir del hotel en perfecto estado. Nos trasladaron a un albergue, pero muy pronto estaré de vuelta".

Por lo general, la información que tarda algunas horas en llegar a través de la radio o la televisión, en la Internet es solo cuestión de segundos, además de ser transmitida por quienes viven la experiencia.

El colapso de los medios informativos tradicionales en los terremotos de Haití y Chile en el 2010, hizo que Facebook y Twitter tanto como Google, tomen protagonismo para informar al instante sobre estos sucesos y sirvan para ubicar a personas desaparecidas.

En Facebook se leyeron mensajes como el del chileno Carlos Jaque: "Si alguien puede llamar a mi casa y me dé señales de que mis padres están bien, se los agradecería". Minutos después uno de sus amigos le contestó: "Carlos, me comuniqué con tu papá, pero se cortó la llamada, están bien".

En Twitter, en cambio, Nazly describió lo sucedido en Concepción, la ciudad más afectada por el sismo en Chile: “Es impresionante lo que he visto en las calles. Mi departamento resistió. Estamos bien gracias a Dios. Espero estén todos bien”.

Varios fueron los grupos creados en Facebook para solidarizarse con los chilenos y los haitianos, lo que sirvió además como herramienta de búsqueda de personas.

Con un poco más de experiencia y una red de Internet que sobrevive a todos los fenómenos, Japón está en el ojo del mundo tras sufrir un terremoto de 9 grados en la escala de Richter y un tsunami que destruyó todo a su paso con olas de hasta 10 metros.

Twitter se ha convertido en una de las principales fuentes de información a través de hashtag, palabras acompañadas del signo numeral que agrupan tweets que hablan de un mismo tema y facilitan la búsqueda de información.

Entre estos destacan #tsunami, #Fukushima, #terremoto, #prayforjapan, y #emergencianuclear, los mismos que están siendo trending topic (palabras claves más usadas en un momento dado a nivel global), lo que pone de manifiesto su interés.

Otra iniciativa surgida tras la catástrofe es el Japan Person Finder, un portal para buscar personas creado por Google y los propios usuarios. Este buscador fue creado a raíz del terremoto que asoló Haití a inicios del 2010 por Google y el Departamento de Estado de EE.UU. Desde entonces, ha sido utilizado para otros terremotos como el de Chile (febrero) y el terremoto de China en abril.

YouTube y Flickr, página de vídeos y fotografías, respectivamente, también han sido utilizadas para que usuarios de todo el mundo publiquen fotos de sus familiares desaparecidos y el estado en que quedaron las ciudades tras los sismos.

Según Mariela Cisneros, profesora de Redes, de la carrera de Telecomunicaciones, los usuarios están aprendiendo y valorando la importancia de la Internet, solo después de las catástrofes sucedidas.

“En la mayoría de países, en especial Ecuador, las redes sociales y otros sistemas solo eran usados como medios para encontrar amigos o enterarse de la vida de

otros. En la actualidad se está haciendo conciencia y se las está utilizando con más provecho, en áreas que van desde la parte educativa hasta la informativa, como es en este caso”.

Pero, ¿cuántos fenómenos más aguantará la web?

Roddy Espinoza, Ingeniero en Telecomunicaciones, explica que Internet fue diseñada con fines militares, para no fallar en caso de accidentes.

“Su estructura se parece a una tela de araña en la cual unas redes se conectan con otras. En caso de fallar uno de los nodos o puntos de comunicación, los demás pueden seguir funcionando”.

Para que la Web quede inútil deberían interrumpirse millones de conexiones, fallar millones de servidores, dejar de operar todos los ISP (proveedores de Internet), fallar toda comunicación por satélite y de ondas de radio y cortarse todas las instalaciones de fibra óptica, entre otras.

Por esto es que en Japón, tras el terremoto y el posterior tsunami, tan solo se registraron cortes aislados en las conexiones y tráfico lento durante las horas posteriores.

Además, Japón cuenta con una de las infraestructuras de web más robustas, potentes y sólidas del mundo. De ahí que, a pesar de que buena parte de los cables submarinos se vieron afectados y los cortes de luz y los incendios han sido continuos, sigue bien parada.

Ante las evidencias, todos pensarán dos y hasta tres veces si guardar ropa y alimentos o llenarse de tecnología (teléfono móvil y portátil) antes de abandonar las casas.

## **Opinión**

**Fabrizio Echeverría- Adm. de dominio la Espol**

### **Comunicación grupal hacia un bien social**

Las redes sociales se han convertido en las herramientas de comunicación grupal que consolida la inteligencia colaborativa hacia un bien social.

En el desastre provocado por el huracán Katrina en el año 2005, se dieron a conocer las falencias que tienen los sistemas de riesgos públicos. Desde entonces las redes sociales como Facebook y Twitter han servido para responder al mundo interesado en colaborar con dinero, víveres, medicamentos, vituallas y alojamiento a través de grupos o temas de conversación (trends topics), en la Web. Además se han creado aplicaciones para ubicar a familiares y amigos desaparecidos o incomunicados por temblores, terremotos, tsunamis, entre otros fenómenos.

Pero, ¿cómo se puede conseguir “coordinación” en una red social masiva? Esto implicaría un modelo de liderazgo dentro de una sociedad global. Este ejemplo, se notó desde Abril del 2010, cuando el volcán Eyjafjalla en Islandia cubrió con una nube de cenizas parte de Europa, evitando que el tráfico aéreo movilizara a las personas. Cuentas de Twitter, coordinaron el tráfico terrestre, especialmente el que se realizaba por medio de vehículos particulares.

El devastador tsunami ocurrido en Japón en los últimos días, por ejemplo, provocó el uso del teléfono público mundial, Skype, haciendo que los nipones y otros habitantes de las islas japonesas, puedan comunicarse entre ellos y con el resto del mundo.

Mostrar las realidades locales o mundiales de un desastre natural no dependerán de medios oficiales o privados, ahora los ciudadanos globales tenemos que ejercer el derecho a “publicar en la web” lo que está pasando en nuestras comunidades. Y, lo estamos haciendo bien. Cada vez maduramos un poco más y de forma colectiva en lo que respecta al uso responsable y productivo de las redes sociales, entre otras.

## Redacción Guayaquil

### Redes Sociales

#### Armas de revolución

***En épocas pasadas se necesitaba de personajes populares para iniciar levantamientos, ahora la Internet permite ser líderes a ciudadanos comunes***

¿Quién iba a pensar el siglo pasado y hasta hace pocos años que el mundo llegaría a deberle a la Internet y sus redes sociales la caída de regímenes enteros?

Cómo imaginar que en un país con régimen totalitario como Túnez, las redes sociales -utilizadas solo por el 15% de la población- llegarían a ser tan importantes como para conseguir la caída del gobierno de Zine El Abidine Ben Ali, que lideraba desde 1987 y sucedía un gobierno que duró 30 años.

El punto clave en estas revoluciones presentadas en Túnez y Egipto han sido los foros y grupos de discusión creados en Facebook y Twitter. Estos medios han servido para propiciar la movilización y la participación ciudadana, lo que automáticamente los pone en contra de cualquier Estado opresor.

Pero esta no es la primera demostración de la trascendencia que pueden tener las discusiones en la Web. El 4 de febrero de 2008 se organizó una gran marcha en contra de las FARC a través de Facebook y la misma caída de Mubarak inició con un grupo creado en esta red mundial.

En Ecuador, en cambio se han convocado marchas en contra de la delincuencia, a favor de la Cervecería Nacional, entre otras, en su mayoría pasivas y a través de usuarios de redes.

Según Juan Javier Astudillo, experto en "Impacto y uso de las redes sociales", estas herramientas masivas y Google han sido importantes para dar puerta abierta a la democracia y derecho a la información.

Asimismo explica que la Internet demuestra que en últimas instancias es el pueblo quien lo puede manejar, a diferencia de otros medios como la televisión, radio o prensa, donde la información y censura está al alcance de pocos.

Otros canales de expresión han sido los blogs, correos, cadenas de texto, y páginas como Flickr y YouTube, en estas dos últimas se publican fotos y vídeos, respectivamente, que la televisión censura al mundo.

Pero no solo la TV pone obstáculos, sino los Estados. En países como Corea del Norte las redes sociales son una de las pocas formas de dar a conocer qué pasa en el país, pese a que el gobierno haya limitado el acceso a estas.

Algo parecido quiso hacer Hosni Mubarak en Egipto, pero la unión de iconos de la red como Google y Twitter impidieron el intento de censura bajo sagaces estrategias.

En Latinoamérica, Hugo Chávez, un poco más drástico creó una Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, que le permite al gobierno venezolano ejercer un control sobre los contenidos que se publican en Internet y responsabilizar a los proveedores sobre las faltas.

Para Jorge Maldonado, estudiante de Sistemas Informáticos, los gobiernos a nivel mundial tratan de privar a los usuarios de este tipo de libertad de expresión, limitando las horas Internet y regulando las publicaciones, debido a que se sienten amenazados por el poder de los medios virtuales.

“En su tiempo fueron la radio y el periódico los que no compartían ideales de las dictaduras de turno. En la actualidad un tweet o un post en Facebook corre más rápido que una frase impresa o un llamado por ondas radiales”, acota.

También manifiesta que si bien el derrocamiento del régimen en Medio Oriente y el sinnúmero de revueltas no se deben exclusivamente a las redes sociales, ya que la verdadera lucha se dio en las calles, estas han sido puestas a prueba y han salido triunfantes como un lugar para ejercer democracia.

Un informe de Pingdom.com mostró los números de 2010 en donde la cantidad de usuarios alcanzó 1.970 millones en el cierre del año.

De los casi 2 mil millones, un 42% corresponde a Asia, 24.2% a Europa, 13,5% a Norteamérica, 10,4% a Latinoamérica, 5,6% a África, 3,2 a Medio Oriente y 1,1% a Oceanía.

En otros datos, Twitter junto con un enfoque y usos totalmente diferentes a los de Facebook, son las redes más utilizadas en el mundo. Facebook tiene 500 millones de usuarios y Twitter 106, y son conocidas por el 88% y el 87% de la población, respectivamente.

Es por esto que las redes mundiales han sido calificadas por los mismos usuarios, como el Che Guevara del siglo XXI. Lo que pone a pensar a uno que otro político, en que ya no hace falta una sola figura carismática para galvanizar y organizar a las masas. (GEC)

### **En porcentajes**

#### **Uso.**

El 41% de usuarios de las redes sociales inicia sesión cada día en Facebook, con tan solo un 27% haciéndolo en Twitter.

#### **Herramienta.**

El 30% de usuarios utiliza Facebook a través del teléfono móvil y el 37% usa Twitter a través de su dispositivo móvil.

#### **Edades.**

La mayoría de navegantes de Facebook tiene entre 18 y 25 años, y de 26 a 34 en Twitter. El género femenino es el que más usa la red.

#### **Origen.**

Aunque se trata de redes norteamericanas, la mayoría de usuarios se encuentra fuera de los Estados Unidos.

### **Los códigos maliciosos de las redes**

Durante el último mes se ha detectado la propagación de un de virus manejado por hackers a través de las redes sociales.

En Twitter fue un gusano que funciona con el envío de mensajes masivos, con textos breves y atractivos y un enlace con un acortador de URL, que se invita a hacer clic. Cuando esto ocurre, el usuario es direccionado a sitios donde se lo alerta sobre una supuesta infección en sus equipos y se ofrece la descarga de la aplicación llamada Security Shield, que se trata de un rogue, una aplicación que descarga códigos maliciosos.

Facebook, en cambio, fue protagonista de un ataque multi-stage. En este caso, se trató de una amenaza que por medio de la combinación de técnicas de ataque recopila datos de la víctima, infecta su equipo y así propaga códigos maliciosos.

**Fuente:** Maximiliano Cantis, Channel Manager de ESET.

## **EL UNIVERSO:**

**Viernes 18 de febrero del 2011 Economía**

### **Usuarios de operadora se quejan por conexión**

Ana Mendoza estuvo a inicios de esta semana en Bahía de Caráquez visitando a su familia y durante dos días tuvo complicaciones para conectarse a internet desde su terminal de BlackBerry. Dijo que por las noches era casi "imposible" tener una conexión permanente.

Al regresar a Guayaquil se encontró con el mismo inconveniente y "hasta hoy (ayer) siguen los problemas", aseguró Mendoza, quien posee los servicios de Porta (que sustituirá su marca por Claro).

Por las redes sociales como Twitter y Facebook decenas de suscriptores se quejan por los mismos inconvenientes en los últimos días, especialmente en horarios nocturnos. Unos comentan que no pudieron conectarse o la señal fue lenta.

Guillermo Vines, un usuario de Porta, aseguró en Twitter que "la señal se me va a cada rato del día, y por las noches es más, me bloquea totalmente el servicio de internet".

Las quejas no solo abarcan a los abonados que tienen el servicio de internet a través de teléfonos inteligentes. Julia Murga intentó la noche del miércoles pasado conectarse a internet a través de un dispositivo USB, pero no pudo lograrlo.

Otros clientes, en cambio, registraron llamadas a sus teléfonos de otros abonados que no las habían efectuado.

Ayer, el presidente ejecutivo de Conecel, Alfredo Escobar, durante el acto de presentación del cambio de nombre de Porta por Claro, reconoció los problemas que han tenido los usuarios y señaló que se trataba de una "intermitencia" con la señal de conexión de internet.

El ejecutivo afirmó que en máximo 48 horas se solucionaría el problema y el servicio estaría restablecido normalmente para sus usuarios.

La compañía explicó que el inconveniente es ajeno a su plataforma y se debe a fallas en un servidor internacional de uno de sus proveedores.

"El tema es que los servidores de BlackBerry no están en la operadora, están directamente en la empresa RIM, que es la propietaria de BlackBerry y cualquier proceso de ajuste nuestros técnicos de manera directa no lo pueden hacer y tiene que ser coordinado con ellos internacionalmente", dijo.

Para tratar de solucionar los inconvenientes de conexión, Porta informó que se han efectuado algunos correctivos que son fundamentalmente de software, por lo que progresivamente el servicio se irá normalizando.

La firma, que posee más de 10 millones de usuarios en el país, subrayó que no todos tienen complicaciones de conexión. Escobar dijo que de la base de suscriptores unos 130.000 tienen teléfonos BlackBerry.

La Superintendencia de Telecomunicaciones, organismo estatal que recibe los reportes de las operadoras celulares cuando se registran complicaciones con el servicio, no se pronunciaba hasta la tarde de ayer sobre el tema.



CARACAS

MARTES 07/12/2010

## Gobierno de Chávez controlará el 20% de las acciones de Globovisión

Tiempo de lectura: 2'55" | No. de palabras: 438

AFP

El Estado venezolano controlará el 20% de las acciones de la televisión privada Globovisión, muy crítica con el gobierno del presidente Hugo Chávez, tras la liquidación de una empresa perteneciente a uno de sus dueños, pero no tendrá capacidad para nombrar a sus directivos.

Según se anunció el lunes por la noche, la Superintendencia de Bancos (Sudeban) liquidó la sociedad Sindicato Avila, una de las empresas del liquidado Banco Federal, presidido por Nelson Mezerhane, acusado de fraude y prófugo de la justicia venezolana, informó la agencia oficial de noticias AVN.

La compañía liquidada es una de las propietarias de Corpomedios GV Inversiones, sociedad que es dueña de Globovisión, lo cual convierte al Estado en accionista del medio de comunicación.

Hasta ahora, los responsables de la televisión, que tiene varios procesos abiertos y ha sido amenazada de cierre en ocasiones, no se han pronunciado.

Corpomedios GV Inversiones también es propiedad de Guillermo Zuloaga, presidente de Globovisión, actualmente prófugo de la justicia, y del ex director de la cadena, Alberto Ravell.

Este, vía su cuenta en Twitter recordó que el Estado será accionista pero no tendrá capacidad para nombrar un director y que el Estado debería sacar a subasta este 20% de las acciones.

Ya en julio, Chávez anunció que, tras la intervención de propiedades de Mezerhane, el gobierno iba a convertirse en accionista de Globovisión.

En la época, Globovisión señaló en un comunicado que según los estatutos, "los accionistas de forma individual no tienen derecho a nombrar miembros de la Junta Directiva", y que éstos son designados en asamblea de accionistas, con el voto de más de 55% del capital social.

En estos días, Chávez llamó a las instituciones venezolanas a que "hagan algo" con las propiedades de Zuloaga, incluso con su canal Globovisión, y acusó al presidente del medio de comunicación, quien ha solicitado asilo en Estados Unidos, de formar parte de un grupo que planea su muerte.

"Cualquier acción legal que se intente contra Globovisión será un atropello para la empresa y sus trabajadores, ya que tanto usted sabe que Globovisión tiene todos sus permisos perfectamente en orden", respondió Zuloaga al jefe de Estado, en una intervención en Globovisión.

Zuloaga está requerido por la justicia venezolana por supuesta usura y asociación para delinquir.

El gobierno venezolano asegura que estas acciones contra el medio de comunicación y sus directivos no tienen nada que ver con la línea editorial del canal y responden a razones estrictamente legales.

En 2007, el Ejecutivo de Chávez ya revocó la concesión de la televisora RCTV, una de las más populares del país, a cuyos directivos acusó de fomentarlo un golpe de Estado.



INTERNET

MIÉRCOLES 08/12/2010

# Se desata ola de ataques informáticos a favor de Wikileaks

Tiempo de lectura: 3'51" | No. de palabras: 578

AFP, Reuters

El cierre de los medios de pago de Wikileaks desató una serie de ataques contra los portales internet de la firma suiza Postfinance y de la estadounidense Mastercard a manera de represalia.

Piratas informáticos, agrupados con el nombre de "AnonOps" y que afirman luchar contra la censura y los derechos de autor, lanzaron la operación "Payback", según su página internet anonops.net. "La primera guerra informática ha empezado ahora. El campo de batalla es WikiLeaks", dijeron.

Entre las víctimas figura el portal Postfinance.ch, filial de los servicios financieros del Correo suizo, que albergó y luego cerró una cuenta del fundador de Wikileaks, Julian Assange.

Desde el lunes por la tarde, Postfinance.ch es objeto de ataques cuyo objetivo es sobrecargarlo y tornarlo indisponible, precisó a la AFP un portavoz de la institución financiera.

Los mismos piratas informáticos anunciaron en su página haber atacado el portal de Mastercard. "El grupo que desactivó un banco suizo ha desactivado ahora Mastercard.com", declararon en su cuenta Twitter.

En efecto, el portal de la empresa de tarjetas de crédito no puede ser contactado desde aproximadamente las 06:00 de Ecuador.

En un comunicado, Mastercard indicó que "está experimentando tráfico pesado en el sitio externo de la empresa, mastercard.com".

"Estamos trabajando para restablecer la velocidad normal del servicio", precisó la empresa, afirmando que el uso de las tarjetas de crédito de sus clientes no está comprometido.

Postfinance anunció el lunes que había cerrado la cuenta de Assange a raíz "indicaciones falsas sobre su domicilio".

El dinero de su cuenta puede ser transferido en cualquier momento a otra cuenta, precisó el portavoz de la firma.

En Twitter un mensaje publicado ayer advertía que la web de la fiscalía sueca, [www.aklgare.se](http://www.aklgare.se), también era un objetivo. La fiscalía, cuya orden de arresto llevó a un tribunal británico a mantener ayer a Assange en prisión preventiva, dijo que había presentado una denuncia a la policía por "ataque de sobrecarga".

"Por supuesto, es fácil pensar que tiene relación con Wikileaks, pero no podemos confirmarlo", dijo el responsable de la web de la fiscalía, Fredrik Berg, a Reuters Televisión.

La web del ministerio fiscal estuvo inaccesible durante gran parte del martes por la noche y parte del miércoles.

La otra web sueca atacada era la de la firma legal del abogado de las dos mujeres que presentaron la denuncia contra Assange, [www.advbyra.se](http://www.advbyra.se), que también estaba inaccesible.

"Bueno, no sabemos si hay una conexión entre el pirateo de nuestra web y Wikileaks pero lo supongo", dijo Claes Borgstrom, el abogado de las dos mujeres, a periodistas.

## **Paypal también atacada; Twitter, la próxima víctima**

El vicepresidente de la firma Paypal, Osama Bedier, admitió hoy que recibió presiones de Estados Unidos para suspender la cuenta del sitio Wikileaks, por la publicación de documentos de la diplomacia norteamericana.

Bedier reveló durante una conferencia en París que su compañía decidió cerrar la cuenta del sitio que difundió los documentos "como resultado" de una carta del Departamento de Estado norteamericano.

"El Departamento de Estado nos dijo que esas eran actividades ilegales. Fue un mensaje directo", afirmó el ejecutivo de la firma de pagos por Internet.

El diario The Guardian informó que poco después de las declaraciones de Bedier, Paypal sufrió un ataque cibernético, así como también el sitio de la red Twitter, luego de impedir que el término Wikileaks apareciera en sus tópicos más populares.

"Twitter, serás el siguiente por censurar la discusión de Wikileaks. La pelea informática ha comenzado", indicó un comunicado del grupo de "hackers" Anonymous. Ansa

**EL COMERCIO**  
DEL ECUADOR

© "Derechos reservados. 2010 EDITORES ECUATORIANOS S.A.

Queda prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, de todos los contenidos sin autorización expresa de EDITORES ECUATORIANOS S.A."  
Términos y Condiciones

## **ECUAVISA:**

**Noticiero de Ecuavisa transmitido el 13 de enero de 2011 a las 20h00.**

### **Terremoto en Japón.**

La presentadora, indicó que el rumor surgido en las redes sociales sobre un posible terremoto en nuestro país debido a la similitud de la temperatura como la que se dio en Haití, momentos previos al fenómeno telúrico de hace un año, era falso.

Precisó que ni en Japón, país que dispone de la tecnología más avanzada en materia de predicción de terremotos, se anticipan estos movimientos sísmicos. Dijo además: "El margen máximo de advertencia es de veinte segundos. De modo que no es cierto que el Instituto Oceanográfico o CNN hayan emitido ningún boletín y mucho menos, advertencia en este sentido".

### **Muerte de Elizabeth Taylor.**

**La noticia se publicó el 23 de marzo 2011 en varios noticieros, en ellos se comunicaba los motivos de su muerte.**

Las presentadoras del segmento Gente indicaron lo siguiente: "Liz Taylor había ingresado al hospital hace seis semanas por problemas cardiovasculares y hoy le sobrevino un paro cardíaco...su agente señaló que estaba en completa calma en el momento de su muerte y estaba acompañada por sus cuatro hijos." La nota además se complementó con los últimos quebrantos en su salud y con lo dicho por la actriz en la red social. 'Liz Taylor comentó en su cuenta de Twitter que estaba "muy orgullosa de todo lo que había hecho"'.

## **TELEAMAZONAS:**

La noticia sobre Elección de Reina de Quito que se transmitió en el noticiero de Teleamazonas de la tarde el 27 de noviembre de 2010 destacó la crítica que los usuarios de la redes sociales realizaron a Kiki Pérez al mencionar el lugar en el que se desarrollaba la elección.

La reportera apoya su nota en este hecho que se produjo en Facebook y Twitter para elaborar su reportaje. “Nuestros compañeritos Gisella Bayona Y Miltón Pérez, lucieron muy guapos como los anfitriones de la gala y aunque con sobre acumulados bajo el brazo, supieron manejarse muy bien. Lo que no fue igual con nuestra querida Kiki Pérez, pues fue criticada por Facebook y Twitter al asegurar que se encontraba en la Plaza Sucre cuando en realidad estaba en la Plaza del Teatro. ¡Ay! nuestra querida Kiki, se la disculpa por que así son los “gajes de hacerlo en vivo”.

## **Renuncia de Carolina Jaume a Canal Uno.**

La nota que se transmitió el 10 de enero de 2011 en el noticiero de la tarde, resaltó las declaraciones de la presentadora en el canal RTS.

“Jaume en declaraciones a RTS, aseguró que a ella no se le permitió despedirse del público ni de sus compañeros de trabajo, por ello la presentadora de las ‘Tardes son de Carolina’ escribió en su cuenta de Twitter: “en mi corazón quedan los mejores recuerdos de las tardes son de Carolina y del apoyo de mi público y mis compañeros de fórmula”.



TELEAMAZONAS

Portales oficiales de Jean Claude Van Damme niegan infarto del actor



Entretenimiento - farándula internacional

Sábado 23 de Octubre de 2010

“Jean-Claude Van Damme está un 100 % saludable, entrenando para sus peleas y enviando a sus aficionados cariño”, se explicó en la página oficial de Facebook del artista, luego de propagarse los rumores que circulaban por Internet y que aseguraban que el actor de "Soldado Universal" había sufrido un ataque al corazón mientras rodaba su última película.

Al parecer el portal de cine Twitch sería el responsable de haber emitido los primeros comentarios en torno a la salud del actor de acción belga quien, según detalló su página oficial, se encontraría en perfectas condiciones de salud grabando el filme "Weapon", a la espera de una pelea que llevará a cabo en julio.

# **VARIABLE:**

**Las redes sociales  
solo sirven de  
referencia para el  
reportero para  
generar un tema**

**EXPRESO:**

**MUNDO**

**Domingo, 20 de Febrero de 2011 - 10:00**

### **Marroquíes manifiestan pidiendo reformas y limitación del poder monárquico**

Miles de marroquíes participaron el domingo en manifestaciones en varias ciudades del país exigiendo reformas políticas, así como una limitación de los poderes del rey, en la primera iniciativa de este tipo desde el comienzo de las sublevaciones en el mundo árabe.

Entre 3.000 y 4.000 personas --1.500 excluyendo a los espectadores, según una fuente policial-- se congregaron en Rabat antes de desfilar en una gran avenida céntrica gritando "el pueblo quiere el cambio" o denunciando "la corrupción".

También se registraron manifestaciones de varios miles de personas en otras ciudades, incluyendo a Casablanca, Tánger y Marrakech. Al mediodía no se había señalado ningún incidente importante.

Luego de los acontecimientos en Túnez y Egipto, jóvenes marroquíes lanzaron en el sitio de socialización Facebook el movimiento "del 20 de febrero", llamando a manifestar pacíficamente para pedir una nueva Constitución que limite los poderes del soberano, y más justicia social.

La convocatoria a manifestaciones "pacíficas" fue apoyada o retomada por organizaciones no gubernamentales, así como por la organización juvenil de la asociación islamista Justicia y beneficencia, un movimiento no reconocido pero tolerado, considerado como uno de los más importantes de Marruecos.

Uno de los fundadores del llamado en Facebook anunció que el mismo había sido retirado en vísperas de la manifestación, señalando divergencias sobre todo con los islamistas, que fueron numerosos en la manifestación de Rabat.

Según un periodista de la AFP, unas 4.000 personas manifestaron en Casablanca, la principal ciudad del país, gritando: "libertad, dignidad, justicia".

Grupos de izquierda pidieron "menos poderes para la monarquía", y algunas pancartas proclamaban "el rey debe reinar y no gobernar" o "el pueblo quiere una nueva Constitución".

Marruecos es una "monarquía constitucional" en la cual el rey tiene poderes muy amplios y nombra al primer ministro.

Los principales partidos políticos marroquíes, incluyendo al Istiqlal (del primer ministro Abas El Fasi) se pronunciaron contra el llamado a manifestar.

Hasta ahora, Marruecos no se ha visto afectado por los movimientos contestatarios que derrotaron a los regímenes en el poder primero en Túnez y luego en Egipto, y que ahora se extendieron a otros países del mundo árabe, incluyendo a Libia.

Según numerosos analistas, Marruecos debe esta situación sobre todo a la legitimidad de su monarquía y a cierta apertura del juego político.

Sin embargo, algunas personas han pedido recientemente una evolución hacia un sistema de monarquía parlamentaria en el cual el rey "reinaría, pero no gobernaría".

El príncipe Moulay Hichan El Alaoui, de 46 años, primo del rey Mohamed VI, que ocupa el tercer lugar en la sucesión al trono de Marruecos, llamó a la democratización del sistema y apoyó a los miles de marroquíes que este domingo desfilaban pidiendo reformas políticas.

"Personalmente, adhiero a toda iniciativa que llame a la democratización de nuestro sistema político, tomando en cuenta la necesidad de que eso sea realizado en forma pacifista y tolerante", declaró durante una entrevista en el canal de televisión francés France 24.

"Actualmente la gente quiere ver progresos, reformas políticas, en un contexto monárquico", destacó El Alaoui, llamado "el príncipe rebelde" porque a menudo critica a la monarquía marroquí y al sistema político de su país. El príncipe es investigador en la Universidad Stanford de Estados Unidos.

## **PORTADA NACIONAL ACTUALIDAD**

**Sábado, 19 de Febrero de 2011 - 21:50**

**Redacción Expreso**

**El pedido de revocatoria tendrá que esperar**

**Vera le apuesta a la Corte de DD.HH.**

El pedido de revocatoria en contra del presidente Rafael Correa quedó estancado, pero no enterrado: el activista Carlos Vera esperará el dictamen de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) y en función de ello podría retomar el proceso.

Esta fue la instancia que el ex periodista escogió para tramitar el caso. Pues, a su criterio, se han violentado los artículos 8, 23 y 25 de la Convención Americana de Derechos Humanos con el trámite que las autoridades locales dieron al pedido de revocatoria que él inició hace seis meses.

De acuerdo con la normativa que estaba vigente en ese entonces, Vera debía entregar hasta ayer al Consejo Nacional Electoral 1'579.465 firmas de respaldo. Hasta el pasado 26 de enero, el activista político manifestó haber reunido 1'350.000 pero, según lo anunció días atrás, decidió no presentarlas. ¿La razón? Las autoridades cambiaron las reglas del proceso.

A través de su cuenta en Twitter, Vera explicó que su iniciativa se vio afectada por las decisiones que en las últimas semanas adoptaron el CNE y la Corte Constitucional. El primer organismo reglamentó que los firmantes debían haber votado en las últimas elecciones. En cambio, la Corte dictaminó que la revocatoria se dará solo si la autoridad impugnada lo acepta.

Para el Primer Mandatario la decisión de Vera se produjo porque no alcanzó a reunir el apoyo necesario: "Nos ha venido engañando durante meses, se trata de un farsante que nunca tuvo el 1'300.000 firmas que decía que había recogido (...) todo es mentira, todo fue un gran engaño".

Ayer, la asistente de Vera informó que el periodista ya respondió sobre el tema en Twitter y que, por ahora, no ahondará en el caso.

## **MUNDO**

**Miércoles, 13 de Octubre de 2010 - 23:06**

### **REUTERS**

#### **El Chile posterremoto catapultó su imagen**

**Popularidad.** Sebastián Piñera con su par boliviano Evo Morales en el yacimiento. El apoyo al presidente chileno llegó al 56% luego de su gestión en el desastre minero.

El rescate sin contratiempos de los mineros, seguido por millones de personas en todo el planeta, dio a Chile la oportunidad de volver a creer en milagros, siete meses después de uno de los cinco peores terremotos de su historia, que dejó más de 500 muertos y 56 desaparecidos.

El exitoso rescate está siendo una inyección de optimismo para Chile, una inmejorable vitrina de su eficiencia y un triunfo político para el presidente Sebastián Piñera.

Como primer productor mundial de cobre, el desafío inédito de rescatar a los mineros desde una profundidad de más de 600 metros le permitió a Chile mostrar el avance de su tecnología y el profesionalismo de sus técnicos. El reto puso a prueba la capacidad de ingenieros, técnicos y equipos, diseñados para fines muy diferentes, ejecutándose con una alta precisión en los tiempos comprometidos.

Contra todos los pronósticos, el presidente Sebastián Piñera apostó al optimismo y en todo momento se mostró confiado en hallarlos con vida y luego en rescatarlos con éxito. La apuesta le dio frutos. En agosto, el mes que se inició la tragedia, su popularidad subió 10 puntos y llegó a un 56%, su valor más alto desde que asumió en marzo.

## Historia reproducida por canales y redes sociales

El operativo de salvamento fue seguido en directo por millones de personas a través de CNN International, la británica Sky News, las francesas iTele, BFM, la europea Euronews, la brasileña Tv Globo o Televisión Española, entre muchas. La televisión estatal china, CCTV, también ofrece en tiempo real el operativo, lo que es inusual ya que no acostumbra a informar en directo sobre sucesos en el extranjero. Desde el campamento Esperanza, más de 350 medios de comunicación de 33 países retransmiten las historias. En Twitter el tema es uno de los más populares en varios idiomas y en Facebook hay decenas de páginas que lo tratan. Bajo las etiquetas #fuerzamineroschile, #cápsula o #minero miles de usuarios de Twitter, a nivel global, comentan sobre la situación. EFE

## El operativo costó \$ 22 millones, según diario

Unos \$22 millones fue el costo de la operación de rescate de los mineros, sin incluir el mantenimiento del campamento Esperanza, según cifras que proporcionó ayer el diario La Tercera. El nivel de gasto superaría las deudas de la minera San Esteban, propietaria del yacimiento San José, que ascienden a unos \$19 millones. La estatal Codelco ha desembolsado unos \$15 millones. Las mineras privadas Collahuasi, Escondida y Anglo American, entre otras, también financiaron equipos y dispusieron de expertos para rescate, con una aportación total de \$ 5 millones. Solamente el uso de la perforadora SchraamT-130, que taladró hasta llegar al fondo de la mina, costaba alrededor de \$ 18.000 al día. EFE

## **EL COMERCIO:**

### **Mundo**

#### **Riesgo para los periodistas en Libia**

**Redacción Mundo 00:00 Domingo 06/03/2011**

En tiempos de una volátil conflictividad social, como los que se vivieron en Túnez, Egipto y estos días en Libia, la información se puede convertir en un arma de doble filo. Es lo que ocurre, por ejemplo, con la cobertura periodística en los países de África del Norte y la península arábiga.

La falta de garantías para trabajar y movilizarse en las ciudades libias de Trípoli o Bengasi, sumado a la suspensión de servicios como Internet o telefonía celular y el bloqueo de redes sociales como Facebook o Twitter, ha hecho que una buena parte de los reportes informativos carezcan de precisión y verosimilitud.

Al inicio de la revuelta popular en Libia –las protestas empezaron el 15 de febrero– las grandes cadenas de televisión europeas y estadounidenses y las agencias internacionales se valieron –a más de los reportes telefónicos y escritos de los periodistas enviados a la cobertura– de videos caseros o fotos captadas por celulares de ciudadanos aficionados y que daban cuenta de algunos actos de violencia y represión contra los manifestantes que piden la salida del líder libio Muamar el Gadafi.

En los cuatro primeros días de las protestas no se pudo contar con fotos que reflejen la verdadera situación en Libia. A lo mucho, las agencias AFP (francesa) y Reuters (británica) presentaban imágenes borrosas con manifestantes apoyando a Gadafi o pidiendo su renuncia. Por su lado, la televisión estatal libia Al Jamahiriya ha mostrado estos días imágenes de cientos de personas manifestándose en apoyo al Régimen.

Pero la censura y la intimidación también afectaron a la mayoría de medios informativos. El viernes 4 las autoridades libias impidieron salir de su hotel a periodistas extranjeros para informar sobre las protestas previstas por parte de opositores a Gadafi. Cuando los reporteros intentaron salir por la puerta del principal

hotel para ir hacia el sur del centro de Trípoli, guardias de seguridad les bloquearon la salida.

Unos 130 periodistas extranjeros se encontraban en el hotel tras ser invitados a Libia en una visita organizada oficialmente. Pero sus movimientos son supervisados por las autoridades.

Es el propio Gadafi quien ha criticado duramente el trabajo de los periodistas. Esta semana acusó a la prensa extranjera de exagerar e inventar los reportes sobre el nivel de violencia y represión contra opositores al Régimen. Pero información in situ de destacados periodistas como el británico Robert Fisk, enviado por el periódico The Independent, dan cuenta de lo que pasa realmente en Libia. Fisk escribe: "Borraremos todos los YouTube y Facebook y los disparos y la sangre y los cadáveres mutilados de Bengasi, y pretendamos que no sucedió. Pretendamos que la negativa de darles visas a los corresponsales extranjeros no evitó, en realidad, saber la verdad".

Aly Tawfiq, profesor del Departamento de Estudios Semíticos de la Universidad de Granada, sostiene que la información de los medios occidentales acerca de las revoluciones de países árabes como Libia está siendo "buena" y alejada de tópicos.

Este experto en el mundo árabe señaló a la agencia EFE que por primera vez coincidían los medios no oficialistas y los medios de comunicación occidentales en describir la situación, a diferencia de "situaciones anteriores" donde canales como CNN o Al Jazira daban dos versiones contrapuestas de los conflictos.

## **Entretenimiento**

### **Una voz femenina en ritmo de salsa**

**Redacción Guayaquil 00:00 Jueves 10/03/2011**

Con esa voz potente que tiene, Lidia Ronquillo parecería que es una morenaza. Sonríe con el comentario. "Pues sí, siempre me han descrito así, de raza negra, corpulenta; me imaginan así por el timbre de voz...". Pero más bien ella es delgada, oriunda de la península de Santa Elena, nació en el cantón La Libertad. Y los

oyentes ya comenzaron a conocerla físicamente a través del Facebook y el Twitter. Las redes sociales parece que no dejaran espacio para la imaginación. Pero escuchar a Lidia en Radio Rumba Network 107.3 FM deja al oyente fascinado con el toque de sensualidad, que pone en cada mensajes al público. Tras seguir el estilo de la radio, 'Salsa y fútbol', el programa que dirige 'Hoy es un gran día' es cien por ciento salsero, con noticias de espectáculos y chispas de fútbol. En el control máster el 'Señorito, Héctor, Reyes' no tiene micrófono, pero es un personaje más entre las 10:30 y las 14:00, que dura el programa. Él se encarga de complacer a la audiencia que pide a Guayacán, El Gran Combo, Gale, Gilberto Santarosa... Con los pedidos de los oyentes, más lo que está programado para la mañana se va armando la parrilla musical de salsa "gorda, de la buena", y comercial. Esas horas se pasan volando para Lidia. "La fuerza de la costumbre", conocer las novedades musicales, los lanzamientos de discos y 22 años haciendo radio, la hacen una experta en la cancha. Comenzó a los 18 años, en la radio Santa Elena, en un programa del agro, luego estuvo en Brisa Azul y Fragata. Hasta que se trasladó a Guayaquil. En Rumba tiene 14 años trabajando, haciendo programas de toque tropical, y siguiendo el ritmo de cambios de la radio, que nació en 1989. 'Ahora...', es una palabra con énfasis que en la voz de Lidia Ronquillo se ha convertido en un grito emblemático cuando suena una salsa o en otros programas. 'Hoy es un gran día' comenzó a animarlo junto a Carlos Vicente, el 'Narizón', pero él dejó el programa por un cargo público. Lo de Lidia también es la animación. En el feriado de Carnaval estuvo en Salinas y Playas en el Tributo mano a mano, con vocalistas de la Orquesta Guayacán, de la Suprema Corte, Gale. Para abril ya está contratada para una gira de conciertos de música tropical con Elvis Crespo, Maelo Ruiz, Óscar de León y otros. En las tardes labora de relacionista pública de la Academia Naval Guayaquil, donde también dirige un club de periodismo para jóvenes. El resto del tiempo lo dedica a su esposo y sus dos hijos. Lidia quiere traspasar fronteras por eso entre sus planes está trabajar en un radio de Estados Unidos.



LIBIA

MIÉRCOLES 09/03/2011

## Inglaterra y EE.UU. se acercan a rebeldes

Tiempo de lectura: 3'31" | No. de palabras: 528

Londres, Trípoli y Washington

AFP, ANSA y DPA

Más allá de los anuncios de la Unión Europea o EE.UU., de adoptar medidas económicas y diplomáticas más drásticas contra el líder Muamar el Gadafi, la participación extranjera en el conflicto de Libia es más directa.

Esto se desprende, por ejemplo, del caso del agente secreto del MI6 (Inteligencia británica) capturado el sábado en el este de Libia junto a una misión diplomática secreta de las fuerzas de élite SAS. Ayer se supo que llevaba una carta firmada por el primer ministro David Cameron, según el periódico inglés Daily Mirror.

El Jefe del Gobierno británico quería que el documento fuera entregado a los grupos rebeldes libios, apoyándolos en una campaña para derrocar a Muamar el Gadafi. Tras el reporte, la Cancillería británica dijo que investigaba el hecho. El anuncio se hizo un día después de que el ministro de Exteriores británico, William Hague, afirmara en la Cámara de los Comunes que Cameron conocía que soldados de las SAS y dos funcionarios del MI6 tenían una misión secreta en Libia.

También, el Consejo Nacional constituido por la oposición libia dio ayer un plazo de 72 horas a Gadafi para dejar el país sin ser procesado y aseguró que están en curso "contactos indirectos a nivel presidencial" con EE.UU.

La Casa Blanca admitió ayer que considera la posibilidad de ofrecer armas a los rebeldes que intentan derrocar a Gadafi como respuesta de la comunidad internacional a la crisis en ese país. El secretario de Defensa de Estados Unidos, Robert Gates, señaló que cualquier intervención militar requiere de una aprobación internacional. "Hemos preparado un cierto número de opciones, teniendo en cuenta las capacidades de llevarlas a cabo...".

El ministro libio de Relaciones Exteriores, Musa Kusa, acusó a Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia de "conspirar" contra Libia para dividirla. "Está claro que Francia, Gran Bretaña y los Estados Unidos están ahora en contacto con los que desertaron (y pasaron a la oposición) en el este libio", dijo el funcionario.



### Los bombardeos siguen

Las tropas de Muamar el Gadafi recuperaron ayer parte del territorio liberado por los opositores y lanzaron nuevos ataques. Mientras, la Unión Europea intensificó las sanciones contra el Régimen y continuó el debate para establecer una zona de exclusión aérea sobre el país del norte de África.

Según Al Jazira, las fuerzas de Gadafi lograron controlar la localidad de Bin Yawad, en el centro del país. Además, se lanzaron ataques aéreos para intentar recuperar Ras Lanuf, donde están las refinerías. Pero, la población costera sigue bajo control opositor. Hay combates en Misurata (este) y en Al Zawiya (oeste), también liberadas por los rebeldes.

Según comentaron testigos a través de Twitter, ayer las tropas de Gadafi cargaron con tanques y fuego de artillería contra Al Zawiya. En Bengasi, también según testigos, la 'guardia revolucionaria de Gadafi' atacó con una granada un hotel donde se alojan periodistas extranjeros, aunque no se reportaron víctimas o heridos.

A pesar de haber avanzado en la recuperación de territorio, Gadafi no consiguió mantener los apoyos dentro de sus filas. Según dijo una fuente cercana al Gobierno, dos aliados de alto rango del dictador fueron puestos bajo arresto domiciliario, "por rechazar operaciones contra el pueblo".



## Un tweet ecuatoriano entre los 'más poderosos' del 2010

Tiempo de lectura: 4'0" | No. de palabras: 601

Tomado de El Universal de México, GDA

Catástrofes, golpes de Estado, desastres ecológicos, festejos y romances, hay de todo en la lista de los tweets más poderosos de 2010 que publicó Twitter en su recuento de lo mejor en esta red social durante el año.

Según el sitio de microblog, el tuit más poderoso fue escrito por la reportera Ann Curry (@AnnCurry) cuando se encontraba cubriendo el sismo de enero en Haití. La periodista pidió a la Fuerza Aérea de Estados Unidos que "encuentre una manera para que los aviones de Médicos Sin Fronteras puedan aterrizar en Haití".

Desde los primeros días después del terremoto de 7.2 grados, el Ejército estadounidense tomó el control de la Terminal de Puerto Príncipe y la seguridad en la región.

El segundo tweet mencionado en la lista es un vistazo a la diplomacia ejercida a través de la red social cuando la Casa Blanca (@whitehouse) celebró la apertura de la cuenta del presidente de Rusia Dimitri Medvedev en el sitio.

"Bienvenido a Twitter presidente Medvedev", es el mensaje enviado al mandatario ruso después de que éste saludara a sus seguidores en su cuenta @KremlinRussia\_E.

Por otra parte, un tweet de la atleta Leigh Fazzina se ubicó en el tercer sitio de la lista. Después de sufrir un accidente en su bicicleta en el bosque, sin nadie cerca y con poca señal de celular @LeighFazzina escribió en su cuenta: "Tengo serias heridas y necesito ayuda. ¿Alguien puede llamar a los guardabosques en Farmington?".

En el cuarto sitio Twitter eligió una frase escrita por una cuenta falsa que parodiaba a la petrolera BP después del derrame de crudo en el Golfo de México. @BPGlobalPR escribió: "Catástrofe es una palabra fuerte, por qué no decidimos llamarlo un iups!".

El siguiente en la lista es el anuncio del gobierno de Ecuador poco después de que una revuelta policíaca pusiera en riesgo al gobierno del presidente Rafael Correa. En la cuenta oficial del gobierno (@Presidencia\_Ec) se escribió: "Gobierno declara estado de Excepción". La medida duraría dos semanas y permitiría distender el panorama político en el país.

Después del anuncio de su compromiso, varios expertos consideraron al matrimonio del príncipe William y Kate Middleton como el evento del próximo año. Por el momento, el tuit que confirma el futuro enlace ganó el sexto lugar en la lista de Twitter. En la cuenta de la casa del príncipe de Gales (@ClarenceHouse) se adelantó el anuncio: "El Príncipe de Gales está encantado en anunciar el compromiso del Príncipe William y la señorita Kate Middleton".

El séptimo lugar en la lista es ocupado por la despedida del CEO de la empresa Sun Microsystems, una de las más importantes en el mundo tecnológico, mientras que en el octavo sitio se ubicó al mensaje de felicitación que envió el coordinador de campaña de un candidato al congreso norteamericano.

Carles Puyol, defensa de la selección española, escribió el noveno tweet más poderoso. "¡Gran ambiente en la rua! Orgulloso de ver a tanta gente feliz", escribió el futbolista en su cuenta (@Carles5puyol) después de que ganará junto a sus compañeros la Copa del Mundo de este año en Sudáfrica.

El último sitio en la lista lo ocupa el comediante Conan O'Brien quien, después de dejar su

programa "Tonight Show", anunciara una gira por todo el país en la que los boletos se agotaron poco después de salir a la venta.

El recuento de lo mejor de Twitter en 2010 ha enlistado a los personajes que este año se unieron a la red social así como los temas y usuarios más seguidos. El sitio aún prepara dos entregas más de los temas más significativos en esta red.

**EL COMERCIO**  
EL COMERCIO

© "Derechos reservados. 2010 EDITORES ECUATORIANOS S.A.

Queda prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, de todos los contenidos sin autorización expresa de EDITORES ECUATORIANOS S.A."

Términos y Condiciones

## **EL UNIVERSO:**

**Lunes 13 de diciembre del 2010 Tiempo Libre**

**Ecuatoriana Norka y su electro pop con un galardón en premios 40 Principales**

**PATRICIA VILLARRUEL | MADRID**

Norka arrasa en internet. No es una cara conocida que desate pasiones en grandes escenarios (al menos, de momento). Triunfa, sí, en las redes sociales. En Youtube (7.463 reproducciones de su canción Lipgloss). En Facebook (sus seguidores sumarán en breve 15.000). El pasado viernes removi6 el espectro musical del pa6s al adjudicarse en Madrid el premio 40 Principales como Mejor Artista de Ecuador. Compet6a con Caal6, Tercer Mundo, Fausto Mi6o y Daniel Betancourth.

El p6blico la eligi6 con su voto durante siete semanas. Venci6 en cuatro, gracias a una propuesta de electro pop, "tan en boga en estos 6ltimos tiempos", sostiene Roberto 6lvarez Wandenberg, director de programaci6n de la estaci6n.

Pudiera considerarse a esta int6rprete nacida en Quevedo hace 25 a6os como la pionera del g6nero electr6nico en territorio nacional. Se dio a conocer en el programa 'Nace una estrella' (que transmiti6 Gamatv). Coquete6 con los g6neros house, vocal trance, D&B, breakbeat y ahora el electro pop. La ha acompa6ado en este trasiego Telmo Iv6n Toledo (Tekmo Records).

6l es su productor musical. Comenzaron a trabajar cuando esta corriente apenas emerg6a en Ecuador. Por eso Norka Cevallos se ve a s6 misma como un "referente". Lo dice acariciando con las manos a6n temblorosas el galard6n que le entregaron hace apenas unos minutos, en la zona de prensa. Sorprende su belleza ex6tica y un look que deja el pecho casi al descubierto.

Fue de las primeras artistas en recibir la estatuilla en una gala de tres horas de duraci6n que tuvo a Cher como una de las grandes protagonistas. La actriz y cantante (se encuentra en la capital espa6ola promocionando junto a Cristina Aguilera la pel6cula Burlesque) recogió el Premio Honorífico a su Trayectoria.

De entreg6rselo se encarg6 otro ícono del pop latinoamericano: Ricky Martin. El boricua reapareci6 en Espa6a escenificando uno de los momentos m6s memorables

de la velada conducida por Tony Aguilar, Frank Blanco y Mar Montoro (conocidos locutores de la emisora en España).

Todo apuntaba a que el triunfador de la noche sería Alejandro Sanz. Fallaron las quinielas. El madrileño estaba nominado en cinco categorías. Se llevó solo dos galardones (Mejor Álbum y Mejor Gira por Paraíso express.) Los oyentes de la cadena consagraron, sin embargo, a Maldita Nerea (agrupación murciana, liderada por Jorge Ruiz) como la gran vencedora de la noche.

La banda, con siete años de trabajo a sus espaldas, recibió el premio como Mejor Grupo, Artista Revelación y Mejor Canción por Cosas que suenan a.... El Mejor Artista Solista fue Dani Martín (ex vocalista del Canto del Loco) y Ay Haitím de Carlos Jean, el Mejor Videoclip.

**Lunes 08 de noviembre del 2010 | 17:43 Tiempo Libre**

**Sale tema inédito de Michael Jackson; fanáticos se preguntan si es él**

**AFP | LOS ÁNGELES, Estados Unidos**

Breaking News es el nombre de la canción inédita que escribió Michael Jackson en 2007 y que desde este lunes está disponible en su sitio web, despertando un debate entre algunos fanáticos que se preguntan si realmente es la voz del Rey del Pop.

El sello discográfico Epic Records fue forzado a divulgar un comunicado sosteniendo que el nuevo disco que saldrá el 14 de diciembre, incluido el sencillo promocional, era una obra del artista muerto.

"Tenemos plena confianza en los resultados de nuestra extensa investigación, así como en quienes estaban en el estudio con Michael, de que las voces en el nuevo álbum son suyas", dijo Epic, en un comunicado citado por James Bates, portavoz del Fondo patrimonial de Jackson.

Esta aclaratoria se dirige a los cientos de comentarios de fanáticos en las redes sociales y en el sitio web donde está colgado el tema que cuestionaron la autenticidad de la voz de Michael Jackson.

Breaking News, de más de cuatro minutos de duración, está disponible en línea desde este lunes y por el resto de la semana para que los seguidores del ídolo pop comenten el tema y lo compartan a través de redes sociales.

En la canción, Michael Jackson habla de sí mismo y critica su relación con los medios de comunicación, empeñados en hacer un Breaking News (una primicia) de episodios de su vida privada, según se escucha en la página web Michaeljackson.com.

"Todos buscan un pedazo de Michael Jackson / reporteros al acecho de los movimientos de Michael Jackson", dice la letra de la canción del cantante fallecido a los 50 años el 25 de junio de 2009 de un paro cardíaco en una mansión en Beverly Hills.

"Todo el mundo está viendo las noticias de Michael Jackson. Quieren ver que yo caigo porque soy Michael Jackson. Escribes las palabras para destruir, como si fueran un arma", dice otra de las estrofas de Breaking News.

"No importa lo que pase, ustedes leerán algo en contra", apunta la letra de una frustración para quien fuera el músico más vendedor de discos del mundo.

Breaking News es una de las canciones inéditas del álbum que llevará por título Michael. Fue grabada en Nueva Jersey en 2007 y terminada después de su muerte.

Michael saldrá a la venta el 14 de diciembre, en plena época de compras de Navidad, con lo que el legado del Rey del Pop espera sumar más a su fortuna, que no deja de crecer desde su muerte en junio de 2009, anunció el estudio el viernes.

"El proceso creativo nunca se detuvo para el Rey del Pop, quien siempre estuvo planificando su próximo álbum", según el comunicado del estudio.

Desde su muerte hace año y medio, el fondo de Jackson ha recaudado unos 275 millones de dólares entre el 1 de octubre de 2009 y el 1 de octubre 2010, según una clasificación de la revista Forbes de la semana pasada.

## **ECUAVISA:**

En el noticiero de la noche el 10 de enero de 2011 en el segmento noticias internacionales se transmitió la nota de que el fundador de Wikileaks, Julian Assange, había anunciado en su cuenta de Twitter que la justicia británica transfirió su caso a la corte que trata asuntos relacionados con el terrorismo. La presentadora agregó a la nota que ese cambio hacía suponer que la justicia inglesa seguiría las directrices solicitadas por Estados Unidos, además señaló: “De ser juzgado por terrorismo, se complicaría la defensa del fundador de Wikileaks, el cual podría permanecer arrestado por tiempo indefinido a la espera de un juicio formal en su contra.”

El 26 de enero de 2011, en varios noticieros de Ecuavisa se dio a conocer las protestas que se realizaban en contra del presidente Hosni Mubarak. El presentador indicó lo siguiente: “Centenares de manifestantes se enfrentaron a los policías en el centro de el Cairo. La movilización, que terminó con seis detenidos, fue convocada por medio de las redes sociales Facebook y Twitter, burlando así el bloqueo impuesto por el gobierno.”

## **TELEAMAZONAS:**

El noticiero de la tarde del 9 de marzo de 2011, se transmitió la noticia relacionada a la primavera árabe. En esta ocasión se destacó la rebelión que se había producido en Libia. El medio manifestó que las fuerzas de Gadafi lograron controlar la localidad de Bin Yawad, en el centro del país. El presentador de noticias señaló que varios testigos comentaron a través de las redes sociales Facebook y Twitter que las tropas de Gadafi cargaron con tanques y fuego de artillería contra Al Zawiya y en Bengasi, atacaron con una granada un hotel donde se alojan periodistas extranjeros. El medio confirmó a través de otras fuentes que no se reportaron víctimas o heridos.

Otra noticia que forma parte de esta misma variable es la que reportó Teleamazonas en el noticiero transmitido el 11 de enero de 2011 sobre el juicio al fundador de Wikileaks. El medio narra que el Gobierno de Estados Unidos instó al sitio microblogging Twitter para que ofrezca detalles sobre las personas relacionadas con Wikileaks. El presentador aseguró basándose en el testimonio de que se tomó esta medida debido a que el juicio de Julian Assange, fundador de Wikileaks, se realizaría el 7 de febrero ante la justicia británica.

# ENCUESTAS

Miércoles 10 de Noviembre de 2010

1011\_lady\_gaga La cantante pop Lady Gaga sigue haciendo de las suyas... bueno, en realidad esta vez la harán a ella. Si, resulta que la extravagante artista será inmortalizada el 9 de diciembre en ocho museos de cera de Madame Tussauds alrededor del mundo, y cada figura vestirá un único traje de aquellos que nos tiene acostumbrados a verla vestir.

Para esto, equipos en Londres están trabajando en el proyecto que cuesta nada más y nada menos que 2,4 millones de dólares, que replicarán prendas como el encaje que utilizó este año durante los premios Brit, una gran peluca morada que uso en Dinamarca y un sombrero/teléfono y disfraz que donó para un show de televisión en Londres.

estas figuras de cera serán instaladas en los museos Tussauds de Londres, Amsterdam, Berlín, Nueva York, Hollywood, Las Vegas, Shanghái y Hong Kong. Pero eso si, los detalles sobre qué vestidos tendrá cada imagen en las distintas ciudades serán mantenidos en secreto hasta el día de estreno.

Según un comunicado del famoso museo, Lady Gaga, de 24 años, es "uno de los mayores y más exclusivos talentos en el mundo, ella es el sujeto perfecto para el mayor lanzamiento de figuras en la historia de Madame Tussauds".

Así, Stefani Germanotta, (nombre real de Lady Gaga), sigue dando de que hablar, domina la escena musical y del espectáculo, las redes sociales, **con más de 20 millones de seguidores en Facebook y ahora, en los museos.**

57



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Diego Herrera

Edad: 42

Sexo: M.  F.

Universidad en la que estudió:

Loica

Título obtenido:

Periodista Profesional

Cargo:

Periodista

Año Promoción: \_\_\_\_\_

Medio en el que trabaja:

Expreso

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros..... ✓

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto ✓

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

Es inmediato, pueden informarse por el celular y por las redes sociales.

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

Se deben verificar fuentes, es una ayuda a información.





UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Edad: 36

Martha Torres

Sexo: M..... F...

Universidad en la que estudió: Estatal

Título obtenido: Licenciado en Comunicación

Cargo: Periodista Educación

Año Promoción: —

Medio en el que trabaja: Expreso

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI  NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente ✓

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes ✓

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido ✓



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

Se informan con las redes. Intercambia información

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

Facilita el trabajo accede a fuentes de forma rápida.





UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Edad:

32

José Roldós.

Sexo: M.

F.....

Universidad en la que estudió:

católica

Título obtenido:

Periodista Profesional

Cargo:

Periodista de Expresiones

Año Promoción:

2000

Medio en el que trabaja:

Expreso

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter ✓

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día ✓

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo ✓

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información ✓

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto ✓

Medio ✗

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido ✓



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

..... *Es una forma de acceder a la gente común.*

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

.....  *llega a usuarios de manera rápida.*





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Edad: 35

Sexo: M.....

F.

Universidad en la que estudió:

Espol

Título obtenido:

Economista

Cargo:

Editora Economía

Año Promoción:

2004

Medio en el que trabaja:

Expreso

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

*páginas web de diario (Messenger)*

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente ✓

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes ✓

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

.....

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

*Es una manera de conectarse a un nicho grande.*





UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Edad: 26

Sexo: M..... F...✓

Lisbeth Zumba

Universidad en la que estudió: Católica

Título obtenido: Periodista Profesional

Cargo: Redactor de economía

Año Promoción: 2007

Medio en el que trabaja: Expreso

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI  NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información ✓

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo ✓

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

*En el diario si.*

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

*Mundo globalizado. Redes sociales en auge.  
Mucosos leen en éstas. Fuentes se pueden contactar  
en las redes sociales.*





UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

Hipsy Robles

ENCUESTA:

Edad: 39

Sexo: M..... F... ✓

Universidad en la que estudió: Estatal

Título obtenido: Grado en Ciencias de la Comunicación

Cargo: Periodista

Año Promoción: 1986

Medio en el que trabaja: Expreso

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente ✓

Bueno`

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos ✓

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto ✓

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular ✓

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

*Para actualizarse.*

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

*Es una herramienta que permite estar al día.*





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Adriana León

Edad: 30

Sexo: M..... F..... ✓

Universidad en la que estudió: Lina

Título obtenido: Periodista

Cargo: Periodista

Año Promoción: 2006

Medio en el que trabaja: expreso

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI  NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos ✓

Para consumo de información ✓

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo ✓

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

.....

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

*Hay funcionarios o fuentes que se pueden conseguir en las redes sociales.*

.....





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Edad: 24

Sexo: M..... F...X.....

Universidad en la que estudió:

UCSG

Título obtenido:

Periodista profesional

Cargo:

Redactora

Año Promoción:

2006 - 2010

Medio en el que trabaja:

Diario El Comercio

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

**Activo**

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

Los medios digitales y páginas web son digitales y sirven para obtener información y conocer contextos.

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

Porque permite conocer hechos, completar info, investigar y estar al tanto en lo que ocurre a nivel informático.





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Edad: 41 .

Sexo: M..... F..X.....

Cristina Izurieta .

Universidad en la que estudió:

Universidad Central Andrés Bólvor Bolívar .

Título obtenido:

Letra en Comunicación Ep. Comunicación por escrito

Cargo:

Coordinador de Redacción Comercial

Año Promoción:

95 .

2004 .

Medio en el que trabaja:

El Comercio .

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

*Cultura General*

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente ✓

*Rapidez*

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos .

Para consumo de información ✓

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo .

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

*Rápido / Menor (Motivo).*

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Edad: 28-

Sexo: M..... F...|.....

Universidad en la que estudió:

UCSG.....

Título obtenido:

Periodista Profesional mención cultura.....

Cargo: Redacción.....

Año Promoción: 2010.....

Medio en el que trabaja: El comercio.....

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido



**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI

NO

Por qué?

...Existen más contenidos.....

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI

NO

Por qué?

...la difusión es más inmediata.....





UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Edad: 24

Sexo: M.  F.....

Universidad en la que estudió:

UCSG

Título obtenido:

Periodista

Cargo:

Reportero

Año Promoción:

2009

Medio en el que trabaja:

El Universo

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra... RSS .....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente ✓

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos ✓

Para consumo de información ✓

Comparación de fuentes ✓

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular ✓

Computadora personal

Computadora del trabajo ✓

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido ✓



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

..... Porque es una fuente importante y de información libre

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

.....





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Edad: 24

Sexo: M.....

F.....

Universidad en la que estudió:

..... *Laica* .....

Título obtenido:

..... *Periodista Profesional* .....

Cargo:

..... *Redactora - La Ferocista* .....

Año Promoción:.....

Medio en el que trabaja:

..... *Diario El Universo* .....

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información ✓

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo ✓

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

Es la nueva era, debes conocer la fuente

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

Todos los  
No podemos estar en un lugar a la vez. Se publica  
información al instante. No hay filtro  
Inmediatez





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Edad: 23

Sexo: M.....

F.....

Universidad en la que estudió:

Laica

Título obtenido:

Periodista Profesional

Cargo:

Redactora La Revista

Año Promoción: .....

Medio en el que trabaja:

Diario El Universo

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información ✓

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo ✓

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido



**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI ✓

NO

Por qué?

.....

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI ✓

NO

Por qué?

.....





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Edad: 33

Sexo: M.

F.

Universidad en la que estudió:

Laica

Título obtenido:

Licenciado en Comunicación

Cargo:

Redactor - Red y estilo

Año Promoción:

Medio en el que trabaja:

El Universo

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información ✓

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular ✓

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido ✓



**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI

NO

Por qué?

.....

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI

NO

Por qué?

.....





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Edad: 25

Sexo: M.....

F.

Universidad en la que estudió:

UCSG

Título obtenido:

Periodista Profesional

Cargo:

Reportera

Año Promoción:

2009

Medio en el que trabaja:

Radio City - El Universo

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO



2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter ✓

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día ✓

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal ✓

Trabajo ✓

Otros (especificar)



**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos ✓

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información ✓

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular ✓

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido /



**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI 

NO

Por qué?

.....

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI 

NO

Por qué?

.....





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre:**

Edad: 30

Sexo: M.  F. ....

**Universidad en la que estudió:**

Universidad de Guayaquil

**Título obtenido:**

Licenciado en Comunicación

**Cargo:** Reportero

**Año Promoción:** 2003

**Medio en el que trabaja:** Teleamazonas

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?

Excelente

Bueno

Deficiente

8. De qué forma utiliza las redes sociales?

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?

Alto

Medio

Bajo

10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

---

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre:**

**Edad:**

32

**Sexo:** M.....

F.

**Universidad en la que estudió:**

Universidad de Guayaquil

**Título obtenido:**

Lic. en Comunicación

**Cargo:**

Asistente de Producción

**Año Promoción:**

2002

**Medio en el que trabaja:**

Telematenas

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?

Excelente

Buena ✓

Deficiente

8. De qué forma utiliza las redes sociales?

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información ✓

Otros.....

9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?

Alto

Medio ✓

Bajo

10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.

Celular

Computadora personal ✓

Computadora del trabajo

11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible ✓

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO ✓

Por qué?

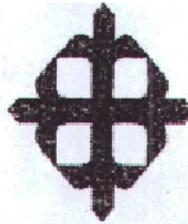
Las redes sociales no son una fuente confiable de información

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO ✓

Por qué?



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Nombre:

Edad: 33

Sexo: M..... F.

Universidad en la que estudió:

Universidad Laica

Título obtenido:

Licenciada en Comunicación

Cargo: Reportera

Año Promoción: 2002

Medio en el que trabaja: El Comercio

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?

Excelente

Bueno

Deficiente

8. De qué forma utiliza las redes sociales?

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?

Alto

Medio

Bajo

10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

Porque de no ser así restringirían su universo de usuarios y seguidores

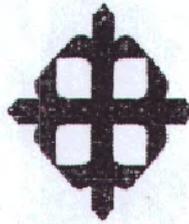
13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

permite mayor contacto con las personas



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre:**

**Edad:** 30

**Sexo:** M  ..... F.....

**Universidad en la que estudió:**

Estatad

**Título obtenido:**

Lic. en Comunicación

**Cargo:** reparte

**Año Promoción:** 2003

**Medio en el que trabaja:** Teleomafanas

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información ✓

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio ✓

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular ✓

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible ✓

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

---

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Nombre:

Edad: 27

Sexo: M.....

F.

Universidad en la que estudió:

Universidad Católica

Título obtenido:

Periodista Profesional

Cargo:

Reportera

Año Promoción:

2005

Medio en el que trabaja:

Teleamazonas

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno ✓

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos ✓

Para consumo de información

Comparación de fuentes ✓

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto ✓

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular ✓

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido ✓

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

Una manera innovadora de ofrecer información

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI ✓

NO

Por qué?

Los jóvenes estarían igual de informados que los adultos



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Nombre: *Jennifer Elisa Figueroa Reyes*

Edad: *29*

Sexo: M..... F..X...

Título obtenido: *Licenciada en Periodismo y Comunicación Social*

Cargo: *Productora Asociada*

Medio en el que trabaja: *Ecuavisa*

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra... *google*.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día



Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo



11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

*Agilizar y Facilitar la Información. Así cada persona está informada solo abriendo páginas de Redes.*

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

*Es una ayuda importante para asegurar y comparar información en búsqueda.*





UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

ENCUESTA:

Nombre: *Mariuxi Mosquera.*

Edad: *38 años.*

Sexo: M..... F...*X*..

Título obtenido: .....*Comunicación Social.*.....

Cargo: .....*Coordinadora de Contacto Directo*.....

Medio en el que trabaja: .....*EcuonSc,*.....

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI

NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI

NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día



Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo



11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

..... *X que no podemos quedarnos atrás del avance informativo.*

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

..... *Porque es 1 fuente de información constante*





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Nombre: Maria Isabel Carmiquiani

Edad: 27

Sexo: M..... F.....

Título obtenido: Lic. Comunicación Social

Cargo: Reportera Noticias

Medio en el que trabaja: Equisq

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI  NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día



Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo



11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

.....

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

.....



74



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Nombre: *Jacqueline Rodas*

Edad: *29*

Sexo: M..... F.

Título obtenido: *Lic. Comunicación Social / Postgrado en Migración y Desarrollo. FLACSO*

Cargo: *Reportera*

Medio en el que trabaja: *Ecuavisa*

1. Es usuario de la red social Twitter?

SI  NO

2. Es usuario de la red social Facebook?

SI  NO

3. Se considera usted usuario:

Activo

Inactivo

4. Qué red social utilizar para informar(se)?

Facebook

Twitter

Otra.....

5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.

Todo el día

Una vez al día



Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo



11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI

NO

Por qué?

para tener más contacto con el público pero como fuente creo que es un verdadero riesgo.

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

pero bajo las consideraciones antes explicadas





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Nombre: Lenin Artieda

Edad: 33

Sexo: M..... / F.....

Universidad: UCSG

Título obtenido: Periodista

Cargo: Reportero

Medio en el que trabaja: Ecuavisa

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI  NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI  NO

**3. Se considera usted usuario:**

Activo

Inactivo

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook

Twitter

Otra.....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día



Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?

Excelente

Bueno

Deficiente

8. De qué forma utiliza las redes sociales?

Fuente de datos

Para consumo de información ✓

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?

Alto

Medio ✓

Bajo

10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.

Celular ✓

Computadora personal

Computadora del trabajo



11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

Accesible

Restringido ✓

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

SI ✓

NO

Por qué?

Como alternativa. Las redes sociales son marginales

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

Por qué?

Como una fuente más que debe ser constatada con mayor rigor que las demás.





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

Nombre: *Paolo Coello*

Edad: *35*

Sexo: M..... F...*X*.....

Universidad: *Ucsg*

Título obtenido: ..... *Periodista Profesional* .....

Cargo: ..... *Reportero Situaciones* .....

Medio en el que trabaja: ..... *Ecuavisa* .....

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI  NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI  NO

**3. Se considera usted usuario:**

Activo

Inactivo

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook

Twitter

Otra.....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día



~~Una vez al día~~

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

6. Con qué fines utiliza las redes sociales?

~~Personal~~

~~Trabajo~~

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

~~Bueno~~

Deficiente

8. De qué forma utiliza las redes sociales?

Fuente de datos

~~Para consumo de información~~

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

~~Medio~~

Bajo

10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.

Celular

~~Computadora personal~~

~~Computadora del trabajo~~



11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?

~~Accesible~~

Restringido

12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?

~~SI~~

NO

Por qué?

..... Fuente / información oportuna .....

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

~~SI~~

NO

Por qué?

..... Fuente .....





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre:** Roberto Vera Quiroz

**Edad:** 39 años

**Sexo:** M...X...            F.....

**Universidad en la que estudió:**

..Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y posgrado en UTPL.....

**Título obtenido:**

.....Periodista Profesional y Diplomado Superior en Comunicación Corporativa.....

**Cargo:** .....Consultor en comunicación estratégica.....

**Año Promoción:**.....1997 y 2010.....

**Medio en el que trabaja:** ...Trabajé en Diario EL COMERCIO y actualmente estoy en el Departamento de Prensa de la Prefectura del Guayas.....

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI

NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI

NO

**3. Se considera usted usuario:**

Activo

Inactivo

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook

Twitter

Otra.....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido

**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI X

NO

Por qué?

ES UNA FORMA DE LLEGAR A MÁS PÚBLICOS O AL SECTOR DE LOS JÓVENES.....

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI X

NO

Por qué?

...PORQUE FACILITAN LA TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN DURA Y CALIENTE.....



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre:** Diego Montenegro

**Edad:** 32 años

**Sexo:** M...X...            F.....

**Universidad en la que estudió:**

..Universidad católica

Universidad andina.....

**Título obtenido:**

.....ESPECIALISTA EN PERIODO DE COMUNICACION SOCIAL.....

**Cargo:** EDITOR DE LA SECCION QUITO.....

**Año Promoción:**.....2002.....

**Medio en el que trabaja:** Diario EL COMERCIO .....

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI

NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI

NO

**3. Se considera usted usuario:**

Activo

Inactivo

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook

Twitter

Otra.....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**SE NECESITA SABER DE QUE ANDA HABLANDO LA GENTE**

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido

**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI X

NO

Por qué?

POR QUE ES UN IMPORTANTE MEDIO AL CUAL TIENE MUCHO ACCESO LA GENTE CORREN IDEAS DE INTERES.....

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI X

NO

Por qué?

...PORQUE SON MEDIOS QUE ESTAN AL ALCANZE PUEDEN ACCEDER SIN NINGUN PROBLEMAS, INFORMAN SU ESPERAZA, SUS ACCIONES.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre: MAIRA CAPON**

**Edad: 29**

**Sexo: M...X...            F.....**

**Universidad en la que estudió:**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**Título obtenido:**

**.....LDCDA EN CIENCIAS DE LA COMUNIACION**

**MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES MENCION COMUNICACION.....**

**Cargo REDACTORA**

**Año Promoción2006**

**Medio en el que trabaja: ... EL COMERCIO .....**

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI

NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI

NO

**3. Se considera usted usuario:**

Activo

Inactivo

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook

Twitter

Otra.....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal (SOLO FACEBOOK)

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido

**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI X

NO

Por qué?

POR QUE LA GENTE ESTA CONSUMIENDO ESO.....

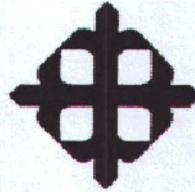
**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI X

NO

Por qué?

...YA SON HERRAMIENTAS DE TRABAJO.....



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre:** Julissa Villanueva Barahona

**Edad:** 29 años

**Sexo:** M... .. F...X.....

**Universidad en la que estudió:**

Universidad de Guayaquil

**Título obtenido:**

Lcda. En Comunicación Social

**Cargo:**

Reportera

**Año Promoción:** 2004

**Medio en el que trabaja:**

Diario El Comercio

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI  NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI  NO

**3. Se considera usted usuario:**

Activo

Inactivo

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook

Twitter

Otra.....Ambas .....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio  (siempre hay que confirmar)

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible

Restringido

**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI

NO

**¿Por qué?**

Porque las redes sociales empezaron a ser manejadas, masivamente, y por lo tanto, hay muchos quienes buscan información.

13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?

SI

NO

¿Por qué?

Es un medio alternativo por medio del cual se transmite información rápida y concreta. El desarrollo de la misma puede leerse después, en medios impresos...

**OBJETIVO:**

Realizar un estudio de las formas de uso de las redes virtuales de trabajo colaborativo en el ejercicio periodístico.

**ENCUESTA:**

**Nombre:** JUAN CARLOS MESTANZA

**Edad:** 47

**Sexo:** M...X ...            F.....

**Universidad en la que estudió:** Univ. De Guayaquil y Particular de Loja

**Título obtenido:** Periodista

**Cargo:** Coordinador de Redacción

**Año Promoción:**

**Medio en el que trabaja:** Grupo EL COMERCIO

**1. Es usuario de la red social Twitter?**

SI

NO

**2. Es usuario de la red social Facebook?**

SI

NO

**3. Se considera usted usuario:**

**Activo X**

**Inactivo**

**4. Qué red social utilizar para informar(se)?**

Facebook X

Twitter

Otra.....

**5. Cada cuánto tiempo utiliza las redes sociales.**

Todo el día X (Cuando permanezco en oficina)

Una vez al día

Tres veces a la semana

Cada dos semanas

Una vez al mes

**6. Con qué fines utiliza las redes sociales?**

Personal

Trabajo

Otros (especificar)

**7. En caso de emplear las redes sociales en su labor periodística, cómo calificaría la eficiencia de éstas en su trabajo?**

Excelente

Bueno

Deficiente

**8. De qué forma utiliza las redes sociales?**

Fuente de datos

Para consumo de información

Comparación de fuentes

Difusión de información

Otros.....

**9. Cómo califica el grado de credibilidad de las redes sociales?**

Alto

Medio

Bajo

**10. Qué medios utiliza para informar(se) sobre las redes sociales.**

Celular

Computadora personal

Computadora del trabajo X

**11. Qué tan factible es el acceso a estas redes sociales en su trabajo?**

Accesible X

Restringido

**12. Considera usted que los medios digitales y páginas web de los medios deben vincularse a las redes sociales para informar (se)?**

SI X

NO

**¿Por qué? Debe haber una retroalimentación de ambos contrastando y verificando que la información sea veraz.**

**13. Considera usted que debe implementarse como herramienta del trabajo periodístico a las redes sociales?**

SI X

NO

**¿Por qué? Porque se ha convertido en un muy rápido y activo medio de comunicación.**